



Ce que les usagers et Internet font à la prescription culturelle publique et à ses lieux : l'exemple de la musique en Ile de France

François Ribac

► To cite this version:

François Ribac. Ce que les usagers et Internet font à la prescription culturelle publique et à ses lieux : l'exemple de la musique en Ile de France. [Rapport de recherche] Programme interministériel Culture et territoires 2010. hal-01327071

HAL Id: hal-01327071

<https://hal.science/hal-01327071>

Submitted on 6 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

“Ce que les usagers et Internet font à la prescription culturelle publique et à ses lieux : l'exemple de la musique en Ile de France”

par François Ribac chercheur associé au
Laboratoire Lorrain de sciences Sociales (2L2S)

**Recherche menée pour le programme interministériel
“Culture et Territoires en Ile de France”¹ 2008-2010**

1 Le programme de recherche « Culture et territoires en Ile-de-France » est une initiative conjointe du Ministère de la Culture (Mission de la recherche et de la technologie, Département des études, de la prospective et des statistiques, Direction régionale des affaires culturelles d'Ile-de-France), du Ministère de l'Équipement (Plan Urbanisme Construction Architecture, Direction régionale de l'équipement d'Ile-de-France) et de l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la Région d'Ile-de-France.

SOMMAIRE

Remerciements

I PROBLÉMATIQUE

1 Un nouveau paysage musical en constitution : la blogosphère musicale.....	7
a) Le partage de musique en ligne.....	7
b) Les blogs musicaux.....	8
c) Forums de discussions et d'échanges.....	10
2 Les effets imprévus de la digitalisation de la musique.....	11
a) Le boomerang numérique.....	11
b) Les passeurs professionnels (de musique) confrontés à l'essor d'une nouvelle expertise.....	11
c) Le(s) territoire(s) de la métropolisation.....	13
d) Le choix de l'Ile de France.....	14

II LES MODALITÉS DE L'ENQUÊTE DE TERRAIN

1) Phases.....	15
2) Présentation des panels.....	16
a) Le premier panel et les modalités de cette partie de l'enquête.....	16
b) Le deuxième panel : deux agences.....	20
3) Quelques précisions méthodologiques.....	21
a) Restitution des entretiens et présentation de l'enquête.....	21
b) Scanner le Web : le recours à des logiciels d'analyses de données.....	22

III PORTRAITS CROISÉS DE BLOGUEURS ET DE BLOGUEUSES

1) S'investir sur la Toile.....	23
a) Rencontres en ligne.....	23
b) Partager, prescrire.....	24
c) D'une onde à l'autre.....	25
d) Donner du corps à des liens, se dévouer pour les autres.....	26
e) S'associer.....	29
2) La question de l'écriture.....	32
a) Bloguer parce que l'on écrit.....	32
b) Découvrir l'écriture grâce aux blogs.....	34
c) Laisser parler la musique.....	35
d) Les modèles.....	36
3) Choix d'un hébergeur et politique éditoriale.....	40
a) Blogspot.....	40
b) WordPress.....	41
c) Ergonomie et contenus des blogzines/webzines et des blogs d'albums.....	42

4) Comment et où écrit-on ?.....	51
a) Le plus souvent au calme et chez soi.....	51
b) Urgence rock.....	53
5) Webzines et forums : les intermédiaires techniques et humains.....	56
a) Interfaces et administration.....	56
b) Les compartiments secrets.....	58
c) La presse et le club numériques ?.....	60
6) L'éthique et le format.....	62
a) Liberté éditoriale et contraintes cognitives.....	62
b) Journalisme amateur versus professionnel ?.....	63
7) D'où viennent les informations ?.....	68
a) Blogs d'albums #1 : où trouver des disques ?.....	68
b) Blogs d'albums #2 : la datation.....	70
c) Blogzines et webzines #1 : de la veille numérique aux bibliothèques.....	71
d) Blogzines et webzines #2 : quand les ressources viennent d'elles-mêmes.....	77
e) Blogzines et webzines #3 : les nouveaux messagers numériques.....	83
8) De l'investissement.....	86
a) Temps investi.....	86
b) Une première synthèse en forme de schéma.....	98
c) Interactions avec l'entourage.....	100
d) Public/privé.....	103
i) Mesurer et faire croître son audience.....	103
ii) Disséminer.....	107
iii) Rester branché.....	110
iv) Le cas Wikio.....	119
Intermède : du côté des agences.....	124
a) De la conversion.....	124
b) La deuxième génération.....	132
9) Un monde en (pleine) expansion.....	140
a) La société des web-blogzines.....	140
i) Se retrouver en ligne.....	140
ii) Prescriptions plurielles.....	142
iii) Se retrouver dans le "vrai monde".....	148
b) Investir la ville.....	153
i) Co-organiser des événements.....	153
ii) S'associer à des événements.....	157
c) Des pratiques ancrées en Ile de France et en tout premier lieu à Paris.....	164
i) Deuxième synthèse.....	164
ii) La nature des liens.....	165

d) Un monde en voie de professionnalisation ?.....	170
i) La dimension amateur(e).....	170
ii) Le blogging espace d'expression.....	172
iii) Le blogging, une passerelle possible vers les métiers de la médiation culturelle ?.....	173
iv) Des blogs amateurs dans un environnement professionnel.....	176

IV CONCLUSION

1 Les contours de la blogosphère musicale.....	177
a) Deux hypothèses.....	177
b) La blogosphère musicale : communauté ou société ?.....	177
c) Un pur décalque ?.....	179

2 Dans quel territoire vivons nous ?.....	182
a) Deux mondes en interaction = un continuum.....	182
b) La blogosphère, Paris et la métropolisation.....	183
c) Redéfinir le territoire à partir de notre expérience	184
d) Du phonographe aux blogs.....	185

3 Tout un monde de prescriptions.....	189
a) Une longue traîne élargie.....	189
b) Les amateurs en première ligne.....	190
c) Reterritorialiser l'action publique.....	192
i) Politique musicale.....	192
ii) Public versus privé ?.....	193
iii) Faut-il se priver de (certaines) technologies pour être public(s) ?.....	195

Références bibliographiques.....	199
---	------------

Glossaire.....	202
-----------------------	------------

Annexes

1 Message d'un des animateurs du forum <i>Metalardent</i>	205
2 Note sur l'usage des logiciels.....	206

Remerciements

Au moment où j'achève la rédaction de ce rapport, mes pensées vont aux nombreuses personnes sans qui ce projet de recherche n'aurait pu aboutir.

Je veux donc d'abord remercier les responsables du programme "Culture et Territoires" qui ont bien voulu soutenir cette étude et organiser des rencontres avec les autres chercheurs du programme, rencontres vivifiantes s'il en fut. Dans ce cadre, je voudrais tout particulièrement signifier ma reconnaissance à François Ménard pour ses suggestions avisées et sa patience et saluer Renaud Epstein dont les conseils et les encouragements sont (et je l'espère seront) inestimables. Au chapitre des dettes, je dois faire part de ce que ce travail doit aux propositions et aux méthodologies analytiques élaborées par Andreï Mogoutov. Non seulement ce dernier a su définir des procédures originales pour sonder le Web avec ses logiciels lors de cette recherche mais, en sus, ses suggestions ont grandement contribué à la mise à jour de problématiques pour moi inédites. Par ailleurs, j'adresse mes plus vifs remerciements à Jérôme Denis qui a bien voulu m'inviter à présenter mes premières conclusions dans le Séminaire Sciences économiques et sociales de Telecom ParisTech et à Jean-Marc Leveratto pour ses conseils méthodologiques et bibliographiques. Je remercie également Guislaine Robin pour son aide et son opiniâtreté, Luc Albessard pour sa confiance sans faille et son amitié, Thierry Boutin pour la sûreté de ses jugements et Mzelle Fraise pour m'avoir autorisé à reproduire un de ses logos.

Mention spéciale pour François Faraut qui a bien voulu relire ce rapport et me faire part de ses commentaires, suggestions et corrections alors qu'il avait probablement bien d'autres choses à faire et d'autres paysages à visiter. Qu'il en soit ici vivement remercié.

In fine, je voudrais dédier ce travail à ma compagne Eva Schwabe -dont je ne saurais résumer la contribution- et à toutes les personnes rencontrées durant cette enquête qui m'ont si généreusement accordé de leur temps lors d'entretiens en face à face ou en ligne puis ont bien voulu répondre à mes (parfois nombreuses) demandes par écrit ou téléphone. J'espère qu'au travers de ce panorama et des analyses qui l'accompagnent, ils et elles reconnaîtront ce monde en pleine expansion dont ils et elles sont les passionnant-es architectes.

I PROBLÉMATIQUE

1 Un nouveau paysage musical en constitution : la blogosphère musicale

a) Le partage de musique en ligne

Dès le début de l'Internet*, des usagers se sont regroupés pour échanger des informations, soutenir des causes, structurer des campagnes d'opinion, mettre en contact des gens isolés, rassembler des collectionneurs etc. À divers titres, les groupes de discussions du milieu des années quatre-vingt-dix (désignés par le suffixe *alt.*), les plus récents groupes de *news* (des listes de diffusion consacrées à un sujet donné), le courrier électronique et bien sûr les sites Web* ont été les vecteurs de ces communautés d'intérêt.

En matière de musique on sait que l'Internet a, tour à tour, permis à des amateurs de fonder des sites dédiés à des répertoires ou des artistes particuliers, aux organisateurs de raves d'annoncer des rendez-vous, aux utilisateurs d'instruments électroniques d'échanger des informations ou de télécharger des mises à jour de logiciels (notamment via les premiers sites des journaux spécialisés), à vendre des instruments d'occasion etc.

De par les conséquences qu'il a eu (et continue d'avoir) sur l'économie de la musique et sur le mode de rémunération des oeuvres, le Peer to Peer (P2P) est une des manifestations les plus spectaculaires de la mutualisation de musique sur Internet. Son principe est d'utiliser un logiciel (développé et téléchargé gratuitement) reliant l'ensemble des disques durs des usagers. À partir de là, tous les fichiers des membres du réseau deviennent accessibles à tous et pratiquement sans intermédiaire. L'essor du P2P n'aurait sans doute pas été concevable sans la mise au point du mp3 qui, grâce à sa capacité de compresser un fichier son environ dix fois plus que ne le faisaient les encodages utilisés pour le CD, a rendu aisé la circulation de la musique via le Web, son stockage de musique dans des disques durs et sa circulation via les clés usb ou les Ipods. Pour conclure sur ce monde d'échange, on notera que la plupart des réseaux de P2P sont décentralisés, (pour l'essentiel) anonymes et qu'ils mondialisent plus des fichiers mp3 que des discussions.

C'est dans ce contexte de dissémination des répertoires enregistrés et de constitution de communautés en ligne que d'autres formes de partage de musique tendent à se développer depuis quelques années.

b) Les blogs musicaux

On peut dater de la fin des années quatre-vingt-dix l'essor des blogs. Ceux-ci empruntent leur formes tout à la fois aux pages "perso"², à la presse quotidienne, au journal intime et au forum de discussion. De nombreuses plate-formes permettent en effet aux internautes d'ouvrir -sans frais- leur propre blog. Après quelques heures de prise en main, un usager dispose alors d'un site personnel sur lequel il (elle) peut publier des billets, insérer des images, des photos, des vidéos et du son et, le cas échéant, dialoguer avec d'éventuels visiteurs. Ce mode d'expression recouvre désormais de multiples déclinaisons (le blog personnel, le blog professionnel, le blog spécialisé, le blog politique, le blog d'adolescent etc.) et prend une place croissante dans l'espace public ; les sites de la presse quotidienne en hébergent, les revues de presse radiophoniques y consacrent un temps significatif, les internautes les consultent, des mouvements d'opinion y débudent, les personnages publics s'y expriment etc. Pour le dire simplement, le blog est un outil de communication protéiforme qui s'est imposé dans l'espace public *en tant que mode d'expression spécifique*, à tel point que l'on parle communément désormais de *blogosphère*.

En ce qui concerne la musique, c'est au tournant du dernier siècle que de nombreuses formes de blogs musicaux se sont développées sur la Toile*, formes dont on peut esquisser une quadruple typologie : blogs d'albums, blogzines, webzines, forums.

Tout d'abord les blogs d'albums (le terme anglais est *mp3 blogs*). Leur spécificité est de mettre à disposition des liens permettant aux visiteurs de télécharger gratuitement des disques et, parfois, d'en proposer quelques extraits en écoute. Ces plate-formes diffèrent des systèmes de P2P et des sites payants de téléchargement (de type FNAC ou iTunes) en cela qu'elles reposent sur *une personnalisation de l'offre*³. Un blog d'album est en effet généralement animé par une seule personne et dédié à un style musical ou une thématique particulière (par exemple le rock Français, la musique de film etc.). Si besoin, l'animateur (trice) du blog motive ses choix au moyen de notes biographiques, d'anecdotes relatives à sa propre relation avec une musique, commente la pochette des disques, insère des photos des artistes, des extraits sonores ou vidéo voire même propose des podcasts*. Du reste, même lorsque les liens à télécharger ne sont pas (ou peu) accompagnés d'argumentaires écrits, les musiques déjà mises à disposition, le layout* du blog, les commentaires et les dialogues mémorisés dans les fenêtres de commentaires, le nombre de connexions (indiquées par des compteurs), la liste des blogs (ou forums) amis et même le degré d'indexation du blog par les moteurs de recherche informent le visiteur sur la physionomie d'un blog, sur la compétence de son animateur(trice) et sur sa réputation sur la Toile. Les blogueurs (euses) d'albums utilisent leur propre collection des disques et/ou parcourent la Toile pour dénicher des disques rares, épuisés ou des bootlegs* inédits, ils (elles) s'inscrivent généralement dans une démarche patrimoniale et/ou à vocation encyclopédique : mettre à disposition des disques qu'ils (elles) jugent importants.

En sus de cette première forme de prescription sont apparus ce que l'on appellera dans cette étude des blogzines. Ceux-ci sont généralement plus personnels que les blogs d'albums au sens où leur propos central est de faire valoir les goûts musicaux et les émotions de son auteur(e), de tracer le sillon de sa propre personnalité à travers des œuvres et des événements. Dans les blogzines, on remarque souvent une attention particulière portée à

2 Les mots accompagnés du signe * sont expliqués dans un glossaire qui figure à la fin de ce rapport

3 En encourageant leurs acheteurs à laisser des commentaires après des achats ou à dresser la liste de leurs artistes préférés les sites commerciaux de type Amazon.com s'inspirent d'ailleurs de ce fonctionnement.

l'écriture et au style. Une curiosité souvent insatiable amène ces blogueurs (euses) à ne pas se cantonner à la musique mais à s'intéresser aussi à d'autres mondes artistiques (livres, films, jeux vidéos) voire à rendre compte de l'actualité culturelle (concerts, expositions) locale et/ou nationale voire même internationale. Nombre de ces blogs proposent aux visiteurs d'écouter des extraits musicaux et pas des albums complets, soit en uploadant* leurs propres mp3, soit en mettant en écoute des morceaux disponibles sur des sites de streaming*⁴. Dernier point, tout comme les blogs d'albums, les blogzines peuvent également avoir une démarche patrimoniale, par exemple chroniquer l'histoire d'un courant musical, d'une décennie etc. Bien que différentes, les démarches des blogs d'albums et les blogzines se rejoignent dans leur amour de la musique et leur goût pour l'érudition musicale. Cette sorte de "journalisme culturel de soi" constitue une partie significative de cette enquête.

À la lisière des deux formes précédentes, on trouve les webzines. Avec les blogzines, ces derniers ont en commun de suivre (et même parfois de produire) l'actualité culturelle, de s'intéresser à de nombreuses formes artistiques et même de tisser des partenariats avec des lieux de spectacles, des labels, des festivals par exemple en proposant des places gratuites de concerts, des disques... Comme les deux autres formes de blogging, certains webzines comportent une dimension patrimoniale et mettent également à disposition des visiteurs des mp 3 mais aussi des romans photos, des reportages, podcasts, textes etc. La spécificité des webzines est de comprendre plusieurs contributeurs (trices) (parfois plusieurs dizaines) qui- un peu à la façon d'une rédaction traditionnelle (au sens d'avant l'Internet)- interviennent chacun-es sur des terrains spécifiques, voire animent des rubriques personnalisées. Autre point commun avec la presse, le contenu éditorial est souvent supervisé par une équipe restreinte. D'une façon générale, chaque webzine se singularise grâce à un layout*, à une tonalité particulière, aux sujets traités, à l'ordonnancement de rubriques, des soutiens et répulsions etc. On verra dans l'étude que la conformité (ou pas) avec le fonctionnement d'un magazine culturel renseigne assez précisément sur le projet d'un webzine.

Pour conclure cette brève typologie il convient de préciser que ces trois formes de blogging ne sont que des idéal-types⁵ et qu'il existe bien entendu, et y compris dans le panel de cette étude, de nombreux hybrides.

4 Les observations menées lors de cette enquête et plusieurs entretiens montrent que nombre des membres du panel désignent les blogzines et les webzines (voir descriptions un peu plus loin) sous le terme de *blogs mp3*, c'est-à-dire des blogs mettant à disposition des morceaux isolés.

5 Expression empruntée à Max Weber

c) Forums de discussions et d'échanges

Avant et pendant l'essor de la blogosphère musicale certains internautes ont fondé des forums de discussion (en anglais *message boards*) et d'échanges de liens musicaux. Si certains fonctionnent selon des modalités comparables au P2P, c'est-à-dire que l'on s'y rend essentiellement pour télécharger ou déposer des liens et pratiquement sans s'exprimer, d'autres forums se constituent comme de véritables communautés en ligne au sein desquelles outre échanger de la musique et/ou des films et signaler des sites intéressants, on discute aussi de questions d'actualité (politiques, environnementales, "people" etc.) ou personnelles (travail, éthique de vie, relations avec les conjoints, éducation des enfants, discussion au jour et le jour etc.). La plupart de ces forums sont modérés à *minima* par leurs administrateurs et/ou des habitué-e-s qui n'interviennent que pour faire respecter quelques règles de fonctionnement, aider les nouveaux arrivants à s'orienter ou régler des conflits graves. Parfois, on exige des membres d'un forum une activité minimum faute de quoi ils sont expulsés après un certain temps d'inactivité. En règle générale, l'accès à ces forums (ou à certaines zones) est réservé à ceux et à celles qui s'y enregistrent, ce qui signifie que les discussions qui s'y déroulent ne sont pas consultables par des "non membres" et que les liens de téléchargement ne sont pas indexés par les moteurs de recherche. Ajoutons enfin que comme toutes les formes de prescriptions déclinées jusqu'ici, *ces forums sont animés par des bénévoles non rémunérés* qui mesurent leur réussite à l'aune du taux de fréquentation de leur site et à la qualité des échanges qui s'y déroulent.

De fait, ces quatre types de sociabilités musicales en ligne, aux frontières de l'archivage, de l'érudition, du fan club, de la programmation culturelle, du journalisme et du chat* s'apparentent clairement à de la *prescription* culturelle. Dès lors, la question que l'on peut se poser concerne l'impact de ces pratiques sur les autres formes de prescription et en particulier celles qui se déroulent hors du Web. Pour aborder ce point, il va être nécessaire de se transporter au début des années quatre-vingt.

2 Les effets imprévus de la digitalisation de la musique

a) Le boomerang numérique

Il y a un peu plus de vingt ans, l'industrie musicale a convaincu les consommateurs et les gouvernements d'opérer une conversion spectaculaire consistant à remplacer les disques vinyles par des CD (s) et à délaissier les tourne-disques pour des lecteurs équipés de convertisseurs analogique/digital (et vice versa). On se rappelle que pour justifier cette mutation et son corollaire, l'augmentation conséquente du coût des disques, ses promoteurs ont assuré que la qualité sonore et la solidité des supports seraient grandement optimisés. Cependant, la "révolution numérique" a également produit deux effets qui n'avaient pas été anticipés par les promoteurs du passage au numérique.

Premièrement, le codage numérique de la musique sous forme des fichiers a aboli la distinction entre un support d'origine et sa copie et a conséquemment fragilisé -sinon rendu définitivement caduque- la notion d'original⁶. En effet, si les usagers pouvaient constater une différence matérielle entre un disque vinyle et sa copie sur une cassette audio il est fort difficile de percevoir la différence entre un fichier numérique et sa copie.

Deuxième effet, tout aussi sensible, la large diffusion de la micro informatique a tendanciellement dépossédé les éditeurs et les distributeurs de musique *du monopole qu'ils avaient sur la reproduction à grande échelle*⁷. Les graveurs domestiques ont d'abord permis de copier facilement des CD(s) puis, peu après, la combinaison mp3/Internet/P2P a considérablement amplifié cette dynamique : il est devenu possible à un seul consommateur de mettre à disposition de (centaines de) milliers d'autres tous ses fichiers numériques, qui plus est sans la moindre altération. Si nombre d'analystes insistent à raison sur les conséquences -économiques, législatives, morales- du passage de la "copie privée" à petite échelle (celle des cassettes audio) à l'ère des échanges mondialisés, ils oublient souvent de mentionner que c'est l'imposition du passage au numérique par l'industrie musicale et les États qui a provoqué cette situation.

b) Les passeurs professionnels (de musique) confrontés à l'essor d'une nouvelle expertise

Cependant, une troisième conséquence, tout aussi significative et trop rarement envisagée, mérite également d'être mentionnée à savoir le fait que la numérisation de la musique et ses usages ont également fragilisé *le monopole des prescripteurs culturels*. En effet, lorsque les éditeurs et distributeurs de musique avaient encore le monopole de la reproduction et de la distribution des musiques enregistrées, ils en destinaient -et gracieusement- un certain nombre d'exemplaires à des intermédiaires professionnels : journalistes de la presse écrite et audiovisuelle, marchands de disques, programmeurs de spectacles, responsables d'équipements publics (notamment médiathèques) ou de festivals, subventionneurs, historien-n-e-s de la musique, etc. Si ces professionnel-les disposaient d'un accès préférentiel à ces contenus c'est parce qu'ils disposaient -eux aussi- d'un certain monopole. En effet, le coût et l'abondance des disques et des spectacles interdisaient aux "simples"

6 Sur la pertinence de cette notion : **Antoine Hennion et Bruno Latour** "Art, l'aura selon Benjamin ou comment devenir célèbre en faisant tant d'erreurs à la fois". Pages 235 à 242 in *Cahiers de Médiologie* n° 1 Éditions Gallimard Paris 1996

7 Là-dessus : **François Ribac** "Les éditeurs ont perdu le monopole de la reproduction de musique à grande échelle". Entretien pour *Musique Info Hebdo* (n° 443 Juillet 2007)

consommateurs de tester toute la masse des propositions mises sur le marché et encore moins de se déplacer aux quatre coins du monde pour assister à des spectacles ou acheter des disques non exportés. En d'autres termes, la société déléguait à des professionnels le soin de filtrer puis de lui prescrire les *bons* contenus. Ceux-ci étaient (et sont toujours) recommandés par le biais de plate-formes d'information (par exemple la presse, les programmes de saison des salles de spectacles, l'affichage public, des lieux de prêt, des cursus d'enseignement, des ouvrages) qui incitaient les citoyens/consommateurs, d'une part, à acquérir des biens culturels consommables dans la sphère domestique (disques, livres, programmes de télévision) et, d'autre part, à se rendre dans les lieux publics (par exemple une salle de concerts ou un cinéma) afin d'assister à des spectacles.

Si l'on prend l'exemple de l'offre publique de spectacles musicaux, ce monopole s'exprimait notamment dans le fait de confier *aux programmeurs (trices) des salles subventionnées la mission de faire découvrir à leur public de nouveaux artistes*. À ceux qui objectaient que la nouveauté était également promue par le réseau privé (des salles de spectacle et/ou des médias), les acteurs de la politique culturelle publique répondaient que, d'une part, le service public garantissait aux citoyens des coûts d'accès raisonnables et, d'autre part, qu'il soutenait une "qualité artistique" un peu moins dépendante du marché. Dans ce cadre, un maillage d'équipements répartis sur le territoire administratif permettait aux citoyens comme aux habitants des campagnes d'avoir accès à de la (bonne) musique d'à peu près n'importe quel point du pays. Autrement dit, *le monopole de la découverte artistique était comme équilibré par les missions du service public*. Au fur et à mesure que cette offre s'est étendue, ce pacte social a de plus en plus été justifié -et en particulier par les professionnels de ce secteur- par la nécessité de faire pièce à des dispositifs moins *authentiques* comme l'industrie culturelle, les "médias" et en particulier la télévision⁸. Cependant, l'essor d'Internet introduit des distorsions significatives dans ce dispositif.

En premier lieu, les salles de spectacles publiques et les institutions qui les soutiennent sont désormais confrontées à la concurrence des canaux de prescription et de diffusion évoqués plus haut (P2P, blogs, forums, webzines) et, plus généralement, au fait que les internautes ont -eux aussi- désormais accès à de nombreuses informations sur la carrière et l'actualité des artistes de tous pays. En d'autres termes, de nouveaux prescripteurs- la plupart du temps amateurs- sont rentrés dans le jeu tandis que les "simples" usagers disposent de ressources variées pour se faire leur idée, voire peuvent eux-mêmes se convertir en prescripteurs.

En second lieu, le Web déstabilise quelque peu les modalités spatio-temporelles de la programmation culturelle, à savoir de *mettre à disposition un spectacle à une certaine heure, à un certain endroit et à un prix donné*. De fait, il est désormais (et de plus en plus) possible de consulter une émission de radio ou de télévision à une autre heure que celle de sa diffusion (grâce à un podcast ou à un torrent*) : on peut aussi la trouver sur *Youtube* ou une autre plate-forme de partage de vidéo ou bien encore consulter le site Internet de l'artiste qui la reproduit. Sur ce même site figurent souvent des extraits musicaux, des biographies, des images et le détail de ses tournées.

On peut d'ailleurs avoir découvert cet artiste par le biais de blogs musicaux, de webzines ou de forums où des amateurs passionnés consacrent beaucoup de temps à

8 L'expression de ce registre "anti technologique", qui comprend souvent une critique virulente des médias d'information et d'Internet, se retrouve par exemple dans les travaux récents de Paul Virili et dans les prises de paroles de certains responsables de salles de spectacles publiques. Voir aussi **Bernard Stiegler/Ars Industrialis Réenchanter le monde, la valeur esprit contre le populisme industriel**. Champs/Flammarion. Paris 2006

promouvoir leurs coups de coeur, qui plus est souvent à l'écart de "l'actualité culturelle".

Enfin, même s'il faut disposer d'une connexion Internet, d'un ordinateur et s'acquitter d'un abonnement, la consultation de ces contenus sur le Net est, elle, le plus souvent gratuite. D'ordinaire spectateur anonyme dont l'attachement à un lieu s'exprime essentiellement par sa fréquentation et ses applaudissements, l'utilisateur a désormais la possibilité d'utiliser ces différents moyens pour évaluer au préalable l'offre locale de spectacles voire même faire valoir sa propre expertise dans des blogs, webzines ou forums de discussion. Ces dernières années, cette influence des sites Web s'est manifestée de bien des façons, par exemple lorsque l'on a vu certains groupes rock -par exemple le groupe britannique les Arctic Monkeys- acquérir une audience planétaire à partir d'un buzz* autour d'extraits musicaux et/ou de vidéos déposés sur le site *MySpace**.

Naturellement, il ne s'agit pas de dire ici que les programmeurs professionnels ou les spectacles publics vont disparaître ou qu'ils (elles) sont illégitimes et encore moins que la musique en ligne est en passe de remplacer les concerts. Dans la mesure où depuis l'invention du phonographe, les consommateurs utilisent largement les disques comme des informateurs, il est vraisemblable que la musique (enregistrée en live ou en studio) d'une formation déposée en ligne continuera à inciter les usagers à assister à ses concerts. Toutefois, même si les professionnels du "spectacle vivant" insistent -et avec raison- sur la qualité irremplaçable des dispositifs qu'ils (elles) gèrent, l'essor continu des réseaux électroniques et des nouvelles expertises qui s'y expriment nécessite sans doute de repenser les modalités par lesquelles le service public de la musique peut (et doit) être rendu. Autre façon de dire cela ; jusqu'à maintenant un des axes majeurs de la politique publique consiste à *confier à des équipements de proximité le soin de promouvoir aux différents étages du territoire administratif (commune, département, région, État) la qualité artistique extra locale (i.e nationale ou internationale et professionnelle)*. Si l'Internet et ses appropriations par les usagers redéfinissent le périmètre public (qui lui-même induit ce que l'on appelle "le public") alors il est important de s'interroger sur les caractéristiques de ce(s) nouveau(x) territoire(s) au sein desquels la politique culturelle pourrait (ou pas) opérer.

c) Le(s) territoire(s) de la métropolisation

D'autant que la compréhension des évolutions liées à la numérisation de la musique et à ces usages peut également permettre de mieux appréhender le processus de *métropolisation* des sociétés.

Il existe un grand nombre de définitions de ce phénomène. Celui-ci peut notamment être défini comme l'accumulation dans un territoire donné de ressources économiques, de personnes, de bâtiments, d'équipements, de technologies, de réseaux de transports et de flux d'informations, une sorte de confluence de tous ces facteurs matériels et intellectuels. Ce faisant, on comprend que l'un des aspects les plus marquants de ce processus à l'heure actuelle est justement le développement d'Internet. En effet, ce réseau pose les bases d'un nouvel espace au sein duquel des informations et des personnes circulent selon des modalités différentes que dans le "monde physique" décrit par la topographie. Cet espace se définit en particulier par le fait que l'éloignement entre les personnes est pratiquement aboli (ou tout du moins redéfini), que les communications peuvent tendanciellement se dérouler en direct et que les contenus échangés sont facilement stockés et consultables. Via Internet, un-e internaute peut aisément converser et tisser des liens avec des personnes résidant dans une autre région que celle où il (elle) réside, surfer sur des sites animés par des personnes

dont il ne connaît pas nécessairement la langue, télécharger des contenus en se référant à des images ou à des sons plutôt qu'à des textes, intégrer un groupe de discussion thématique et international etc. L'internaute a donc la capacité de "s'évader" de la métropole où il (elle) réside, travaille et circule physiquement. Processus complexe qui signifie aussi bien une *intensification* des échanges et des infrastructures (que l'on pense aux satellites, aux réseaux de transmission, aux installations locales, aux fournisseurs d'accès, au hardware et au software des particuliers et aux flux d'informations qui circulent) qu'une *délocalisation* dont les modalités sont -on l'aura compris- multiples. En d'autres mots, la spécificité d'Internet et de ses usages au sein du processus de métropolisation est de contribuer à un *élargissement et même à une redéfinition du territoire* au sein duquel les personnes et les contenus transitent. Dans ce cadre, mener une étude circonstanciée sur les modalités de ces nouvelles formes de prescription sur Internet et leur impact sur le territoire (au sens de l'espace physique quadrillé par le découpage administratif) peut aider à mieux comprendre une dimension spécifique du processus de métropolisation et soutenir des choix en matière d'aménagement du territoire, d'équipements ou d'urbanisme. Ce point semble d'autant plus pertinent que les différents niveaux de l'action publique encouragent les infrastructures matérielles (satellites de communication, réseaux de transmission, réglementation, mise à disposition de wifi dans les espaces publics, soutien à l'innovation, recherche etc.) et favorisent l'accès des populations aux réseaux techniques qui soutiennent la révolution numérique.

d) Le choix de l'Ile de France

L'Ile de France, seule véritable métropole française, se caractérise par une extrême concentration de ressources et d'équipements culturels. En matière de musique, on y retrouve les modalités les plus courantes de l'action publique décrites plus haut, à savoir le fait de déléguer à des lieux de proximité le soin de proposer des musiques de qualité nationale (c'est-à-dire extra locales). La plupart de ces équipements ont des missions qui s'exercent aux différents niveaux (qui peuvent être conjugués) du territoire républicain (commune, département, région, nation). À ce foisonnement de lieux publics s'ajoute la variété des styles musicaux qu'on y promeut. En sus, la centralité parisienne vient complexifier cet édifice car, comme on le sait, nombre d'équipements parisiens n'ont pas seulement pour mission de présenter de très bons spectacles musicaux à Paris mais aussi de *représenter* la politique culturelle publique elle-même⁹. Dans la mesure où ce projet a pour vocation d'envisager les interactions entre les types de prescriptions et de sociabilités liées à Internet et les équipements publics répartis sur le territoire et que, par ailleurs, nous nous intéressons aux implications territoriales de la blogosphère, la diversité et des situations institutionnelles et des types de territoires en Ile-de-France constitue donc un terrain riche et fertile. En conséquence de quoi, l'enquête de terrain que j'ai menée s'est intéressée à des blogs, webzines et forums animés par des personnes ayant une relation -sur laquelle je reviens plus loin- avec l'Ile de France.

⁹ C'est par exemple le cas de la *Philharmonie de Paris* qui sera implantée à La Villette sur le site de la Cité de la Musique et qui a pour ambition de représenter tout à la fois Paris, l'Ile-de-France et la musique classique française à l'intérieur et à l'extérieur de la France Cf. l'interview de Laurent Bayle, directeur de la Cité de la Musique <http://www.philharmoniedeparis.com/fr/philharmonie/vie-symphonique/la-philharmonie-de-paris-le-point-de-vue-de-laurent-bayle.html>

II LES MODALITÉS DE L'ENQUÊTE DE TERRAIN

1 Phases

L'enquête de terrain s'est déroulée en 2009/ 2010, en deux phases.

Un premier moment a été consacré à une observation de la blogosphère musicale, au repérage de sites animés par des franciliens ou ayant une relation avec l'Ile de France et à l'exploitation de données recueillies sur certains de ces sites avec le logiciel *Rézodience* développé par Andreï Mougoutov¹⁰. Ces essais prospectifs ont permis de déterminer des protocoles pour mesurer des données quantitatives afférentes au futur terrain en ligne, par exemple mesurer le nombre de liens communs entre un certain nombre de blogs ou le type de musiques proposées par une plate-forme ou encore comparer un panel de blogs d'albums franciliens avec un panel international.

À partir de là, et dans un deuxième temps, trente sept entretiens ont été réalisés en face-à-face à Paris ou via des moyens électroniques détaillés plus loin¹¹. À l'issue de chaque rencontre, j'ai pris des notes dans des carnets ethnographiques et réalisé quelques clichés des environnements où les discussions s'étaient déroulées. Il faut remarquer qu'à plusieurs reprises des personnes ont proposé d'établir un cadre collaboratif : j'ai ainsi été contacté à deux reprises, via un email ou les pages "commentaires" de mon propre blog sociologique, par des personnes désireuses de me rencontrer et/ou de m'indiquer des sites à leurs yeux importants. De même, le collectif d'animation d'un forum de métal (l'étiquette désigne une mosaïque de styles de rock) que j'avais contacté m'a délégué un représentant et demandé, *en retour*, de réfléchir avec eux sur leurs usages de l'Internet (cf. annexes 1 et 2).

En parallèle un blog rendant compte du projet de recherche, intitulé **BLOPEC**, a été mis en ligne début 2009. Outre le projet de recherche, les rapports d'étapes et un dialogue avec les responsables du programme "Culture et Territoires" on y trouve quelques photos réalisées durant l'enquête¹².

10 http://www.exvisu.net/REZODIENCE-ANALYTICS_a38.html

11 En sus de ceux menés avec les blogueurs (euses) et les agences spécialisées dans le Web, quatre entretiens ont été réalisés avec les responsables des sites Internet de quatre institutions publiques dédiées (en totalité ou en partie) à la musique et basés à Paris. Ces discussions n'ont pas été exploitées dans ce rapport.

12 <http://www.blogs-et-prescription-en-idf.net/>

2 Présentation des panels

L'étude comprend deux panels. Premièrement, des blogueurs (euses) et/ou membres de webzines et/ou forums et, deuxièmement, les responsables de deux agences de communication spécialisées dans la promotion de contenus culturels auprès des blogs. Le premier panel comprend le plus grand nombre de personnes et de sites et constitue le cœur de cette recherche.

a) Le premier panel et les modalités de cette partie de l'enquête

Ce panel est composé de blogueurs (euses) et d'adhérents à des forums, il comprend trente-deux sites (sept blogs d'albums, quinze blogzines, sept webzines et trois forums dont deux hybrides) et vingt-six personnes (vingt-quatre blogueurs et blogueuses et quatre adhérents à des forums) dont cinq femmes. Le nombre de plate-formes est supérieur au nombre de personnes interrogées par le fait que six personnes participent à plus d'un site et qu'un blogueur participe également activement à un forum. Par ailleurs, il faut également signaler que certains membres du panel participent à des plate-formes qui n'ont pas été étudiées soit pour des raisons d'opportunité soit parce que je ne les avais pas identifiées au moment de l'enquête. Dans un même ordre d'idées, je me suis essentiellement intéressé aux animateurs principaux des blogzines et blogs d'albums lorsque ceux-ci comptaient des collaborateurs occasionnels.

On notera que si presque tous les sites du panel sont composés par des non-professionnels (au sens où leur activité n'est pas rémunérée), un des webzines du premier panel a été fondé et est animé par des journalistes professionnels, un autre site se définit explicitement comme un journal en ligne (et refuse d'être considéré comme un blog) tandis que trois blogzineurs (euses) exercent (à temps partiel) une activité professionnelle dans la blogosphère musicale. Une des personnes avait abandonné son blog (à dominante musicale) au moment où l'entretien a été mené (Véza), un webzine avait stoppé son activité (*L'hommeLete*) et un blog d'album (*Swinglow*) a été supprimé au printemps 2010 par son hébergeur à la suite de plaintes d'une société de droits d'auteurs. Par ailleurs, depuis la conclusion de l'enquête de terrain, un membre d'un forum *Garogorille* (Frédéric) a rejoint un des blogs d'albums du panel (*Imperialbedroom*), une blogzineuse (Carmen de *Petula*) a transformé sa plate-forme en webzine collectif, Véza a réouvert un nouveau blog (consacré à la photographie) et, à la suite de la suppression répétée de ses liens, le blogueur d'albums Francis (*Golfload*) s'est mis en congé de sa plate-forme puis en a créé une nouvelle. Enfin, deux blogzines (*Playloud* et *Sanstoiniloi*) ont changé de nom, respectivement en avril et mai 2010.

Sur les vingt-six personnes interrogées, onze résident à Paris, dix en banlieue (quatre dans les Hauts de Seine, quatre en Seine Saint Denis, une dans les Yvelines et une en Val de Marne) et cinq à l'extérieur de l'Ile de France. Parmi ces dernières, trois ont une *relation* avec l'Ile de France : une personne qui séjournait en Thaïlande au moment où l'entretien a été réalisé réside d'habitude à Eaubonne (Val d'Oise), une autre, Lilloise, traite de l'actualité des concerts en Ile de France dans son blog tandis qu'une autre participe activement à un forum dont les principaux animateurs (et amis) vivent en Ile de France et se réunissent à Paris. Enfin, deux blogueurs ont déclaré ne pas avoir de relation particulière avec le territoire francilien. Comme pour une précédente étude, j'ai néanmoins décidé de m'intéresser à eux afin d'examiner si leur parcours différait (ou pas) de ceux ayant une

relation avec l'Ile de France. Par ailleurs, si tous les membres du panel parlent de musique, ils (elles) n'y consacrent pas forcément l'intégralité de leur site.

Trois types de techniques ont été utilisées pour s'entretenir avec les membres du panel. J'ai, d'une part, réalisé (et enregistré) seize entretiens semi-directifs dans des cafés, des lieux de travail à Paris ou encore en vidéo-conférence grâce au logiciel Skype*. Huit interviews ont été menés lors de chats* via Yahoo* ou MSN*. Les entretiens ont duré en moyenne une heure et les chats le double. Enfin, deux animateurs de blogs d'albums ont répondu à des questionnaires simplifiés envoyés par email. Le fait de proposer des chats et des questionnaires a probablement permis que, dans le contexte de la mise en place du dispositif Hadopi*, des animateurs de blogs d'albums acceptent plus volontiers de participer à l'enquête. De manière significative, j'ai reçu des réponses positives à mes demandes d'entretiens du côté des blogueurs d'albums à partir du moment où j'ai plutôt proposé des chats que des rencontres en face-à-face. Dans un même ordre d'idées, et même si nombre des membres du panel ne proposent pas à leurs visiteurs de télécharger de la musique, il est intéressant de noter que sur un total de vingt-six personnes, seule une minorité (Mathias de *Klassica*, Patrick de *Dico* et de .., Arnaud de *Pressbuton*, Pénélope de *Handmade*, Carl de *Aujourd'hui* et Carmen de *Petula*) utilisent leur identité civile pour signer leurs messages ou des commentaires déposés à d'autres endroits de la toile (Facebook, Twitter, autres blogs etc.). Une blogzineuse fait mention de son état civil sur sa page Facebook. Les autres recourent à un pseudonyme ou à leur prénom ou bien, comme c'est le cas de Scratch de *Milshakes*, ne mentionnent pas explicitement que des liens conseillés sur leurs blogs (ou leur page Facebook par exemple) renvoient à des sites auxquels ils (elles) participent sous une autre identité. On reviendra notamment sur cette question dans le cours de l'analyse.

Qu'ils soient dédiés uniquement, majoritairement ou partiellement à la musique, les sites du panel s'intéressent surtout aux musiques populaires (rock, hip hop, techno, world music, musiques improvisées et expérimentales, chansons et les nombreux hybrides de tous ces styles). Néanmoins quatre sites dérogent à cette "règle"; un webzine consacré à la musique classique, un webzine s'intéressant régulièrement à la musique contemporaine, un blog d'albums de jazz et deux blogs d'albums qui malgré leur dominante rock consacrent régulièrement des messages à de la musique classique ou contemporaine. Pour garantir l'anonymat des membres du panel, tous les noms, qu'il s'agisse des personnes ou des sites, ont été changés. Cette translation est également valable dans les captures d'écrans et reproductions d'interfaces qui ont été modifiées au moyen d'un logiciel adapté.

Afin de rendre compréhensible les types de sites auxquels les différents membres du panel participent j'utilise les termes de blogueurs d'albums pour les animateurs de blogs d'albums, de blogzineurs ou blogzineuses pour ceux et celles qui tiennent un blogzine et parfois le terme de webzineurs ou webzineuses pour les membres d'un webzine. Dans certains contextes, les termes blogueurs et blogueuses sont employés de façon générique c'est-à-dire qu'ils concernent tous les membres du panel participant à un blog. Enfin, j'appelle blogging les différentes formes d'activité liées aux blogs.

Tableau 1 : plate-formes et membres du panel¹³

Nom du site	Personne interrogée	Type de site	âge	Profession
ImperialBedRoom	Krüger	blog album	50	Informaticien
Galloties	Laurent	blog album	33	Web designer
Golfload	Francis	blog album	38	Relations publiques
Pierreàfeu	Pierre	blog album	26	Illustrateur musical
Chandelles	Pierre	blog album	"	"
Doggysound	Pierre	blog album	"	"
Swinglow	Duno	blog album	60	Cadre commercial
Discogood	Alexandre	blogzine	"	"
Ressence	Franck	blogzine	35	Archiviste
Ninablog	Nina	blogzine	20	Étudiante
L'Oeuf	Jonas	blogzine	39	Éditeur free lance
PlayLoud	Poc	blogzine	36	Musicologue
DICO	Patrick	blogzine	28	Cadre commercial à la Poste
...	Patrick	blogzine	"	"
Petula	Carmen	blogzine	28	Relations publiques
Aujourd'hui	Carl	blogzine	37	Consultant en informatique
sanstoinloi	Isabelle	blogzine	24	Chargée projet environnement
Beachblog	Michel	blogzine	49	Responsable de marché La Poste
Véza	Veza	blogzine	21	Étudiante
milkshakes	Scratch	blogzine	36	Sociologue
Scope	Luc	blogzine	49	Contrôleur de gestion
Handmade	Pénélope	blogzine	25	Relations publiques
GéantsVerts	Rolf	webzine	37	Responsable éditorial médias
Pressbutton	Amaud	webzine	34	Journaliste culturel
Babel	Pénélope	webzine	25	Relations publiques
IndéActu	Andy	webzine	34	Secrétaire de rédaction
Classika	Mathias	webzine	35	Enseignant (musique)
l'hommeLete	Jonas	webzine	39	Éditeur free lance
Nickelodéon	Alexandre	webzine	30	Dir. adjoint de magasin
Autoban	Bertrand	forum/webzine	46	Auto entrepreneur/spectacles
Garogorille	Frédéric	forum	49	collaborateur d'élus
Garogorille	Krüger	forum	22	Informaticien
Metalardent	Kevin	forum/webzine	23	Journaliste sportif

13 Les tableaux rendent compte du panel au moment où l'enquête de terrain a été réalisée, à savoir en 2009/2010. Les prénoms grisés indiquent les membres du panel dont l'activité a été observée dans plusieurs sites.

Tableau 2 : résidence et mode de contact

NB Les noms entourés d'une zone grise désignent des personnes dont l'activité a été étudiée sur plusieurs sites.

Nom du site	Personne interrogée	Résidence en IDF	Relation avec l'IDF	Contact par
ImperialBedRoom	Krüger	Paris 19e	oui	chat
Galloties	Laurent	non, Thaïlande	Originaire d'Eaubonne (95)	Skype
Golfload	Francis	Seine-Saint-Denis (93)	oui	questionnaire
Pierreàfeu	Pierre	Paris 19e	oui	chat
Chandelles	Pierre	"	"	"
Doggysound	Pierre	"	"	"
Swinglow	Duno	non, ville moyenne	non	questionnaire
GéantsVerts	Rolf	Meudon (92)	oui	entretien
Pressbutton	Arnaud	Paris 3e	oui	entretien
Babel	Pénélope	Paris 11e	oui	entretien
IndéActu	Andy	Paris 18e	oui	entretien
Classika	Mathias	Paris 11e	oui	chat
l'hommeLete	Jonas	Asnières (92)	oui	chat
Nickelodéon	Alexandre	Paris 18e	oui	entretien
Discogood	Alexandre	"	"	"
Ressence	Franck	Paris 18e	oui	entretien
Ninablog	Nina	non, Lille	Traite l'actu à Paris	chat
L'Oeuf	Jonas	Asnières (92)	oui	chat
PlayLoud	Poc	non, Aix en Provence	non	chat
DICO	Patrick	Levallois (92)	oui	entretien
...	Patrick	"	"	"
Petula	Carmen	Épinay sur Seine (93)	oui	entretien
Aujourdjour	Carl	Paris	oui	entretien
sanstoinloi	Isabelle	Paris 18e	oui	entretien
Beachblog	Michel	Pré St Gervais (93)	oui	entretien
Véza	Veza	Pré St Gervais (93)	oui	entretien
milkshakes	Scratch	Clamart (92)	oui	entretien
Scope	Luc	Sucie en Brie (94)	oui	entretien
Handmade	Pénélope	Paris 11e	oui	entretien
Autoban	Bertrand	Paris 9e	oui	entretien
Garogorille	Frédéric	Achères (78)	oui	chat
Garogorille	Krüger	Paris 19e	oui	chat
Metalardent	Kevin	non, Le Mans	Membres du forum franciliens	chat

b) Le deuxième panel : deux agences

Dès les premiers entretiens avec des blogueurs (euses), j'ai compris qu'il existait des acteurs que le projet de recherche n'avait pas envisagé à savoir des agences de communication dédiées exclusivement au Web et qui s'adressent en priorité aux blogzines et webzines pour promouvoir les contenus culturels (musique, mode, expositions) que leurs clients leur confient. Comme on le verra, ces agences ont un rôle important non seulement parce que leur existence atteste de la naissance d'un marché spécifique et de l'influence acquise par certains sites mais aussi parce qu'elles concourent à donner corps à une blogosphère musicale francilienne voire spécifiquement parisienne. J'ai donc rencontré les responsables, respectivement deux et trois personnes, des agences Théïne et Concept. Les bureaux de ces sociétés se trouvaient dans les deuxième et douzième arrondissements de Paris. La durée moyenne des entretiens était d'environ une heure et comme pour le premier panel les noms des structures et des personnes ont été remplacés par d'autres dans les entretiens comme dans les captures d'écran.

Tableau n° 3 : les agences

Structure	Prénom	Âge	Intitulé de l'activité	Création en
concept	Vanessa	30	Communication/marketing sur le Web	2008
concept	Sabine	29	"	
concept	Suzanne	28	"	
Théïne	Christophe	32	Web Marketing	2007
Théïne	Valérie	36	"	

3 Quelques précisions méthodologiques

a) Restitution des entretiens et présentation de l'enquête

Comme je l'ai mentionné un peu plus haut, des entretiens semi-directifs ont été menés soit en face-à-face soit en ligne, d'une part avec un logiciel de vidéo-conférence (Skype) et, d'autre part, par l'intermédiaire de chats réalisés par écrit. En sus, deux blogueurs d'albums ont répondu par email à un questionnaire simplifié. Dans tous ces cas de figure, la structure de l'entretien était néanmoins identique. Dès lors, une fois recueillis ces matériaux hétérogènes (textes de nature différente, propos enregistrés, conversation filmée) la question de la façon de restituer à l'écrit ces divers types de conversation s'est posée. Mon choix a été d'homogénéiser les réponses en considérant la transcription des enregistrements audio comme le modèle. Ce parti pris m'a semblé justifié parce que la structure générale des chats et des questionnaires s'apparentait assez fortement aux transcriptions d'entretiens qui ont été réalisées à partir des entretiens en face-à-face ou avec Skype. Pour éviter une sorte de "discrimination", les fautes d'orthographe (dont un nombre conséquent résultait de fautes de frappe) des conversations par chats ont été corrigées. Dans un même ordre d'idées, les effets d'écriture propres aux échanges par écrit sur le Net (par exemple les smiles :=) ou encore l'indexation horaire des conversations par chat ont été supprimés. J'ai fait parvenir à chacune des personnes interrogées une copie de la transcription de l'entretien.

À l'exception d'une personne que j'avais déjà côtoyée dans un forum avant l'enquête, j'ai toujours employé le vouvoiement lors de mes divers contacts avec les membres des différents panels. Cependant, lorsque certains membres du panel m'ont expressément demandé de passer au tutoiement, j'ai agréé à leur demande.

En termes de présentation, ce rapport se déroule à la façon d'un documentaire où quatre types de données sont agencés :

- De larges extraits des entretiens
- Des images collectées sur les plate-formes du panel et sur des sites référents
- Mes commentaires et analyses
- Des données quantitatives collectées en ligne par mes soins ou grâce à des logiciels (là-dessus voir le paragraphe suivant et l'annexe 3)

Trois arguments viennent justifier ce parti pris.

Premièrement, le fait de croiser différents matériaux a pour objectif de rappeler que cette étude a au moins autant consisté à observer -*au travers d'un écran*- un monde social qu'à recueillir la parole des protagonistes de ce monde. Ce faisant, l'alternance de textes (extraits d'entretiens et commentaires du chercheur) et de captures d'écrans (interfaces de travail, graphismes des pages d'accueil, photos, liens et boutons divers que l'internaute manipule en ligne) vise à rendre compte de cet aller-retour entre l'ethnographie menée durant deux ans et l'analyse des entretiens.

En second lieu, il m'a semblé que pour donner à entendre la très grande diversité des parcours et des pratiques en et hors ligne, il était intéressant de retranscrire largement les propos des acteurs eux-mêmes. En parallèle à ce dispositif polyphonique, la voix off du sociologue se charge "d'ordonner" les discours, de pointer les convergences et les controverses et, *in fine*, de proposer ses analyses. Analyses qui sont régulièrement complétées et/ou illustrées par des schémas et des synthèses graphiques.

Troisièmement, pour mieux encore prendre la mesure du monde observé ou plus exactement de l'enquête sur ce monde, un nombre conséquent de données quantitatives rythment également ce rapport. Leur fonction est double. Il s'agit d'abord d'étayer (ou de nuancer) les hypothèses émises et plus particulièrement les montées en généralités. Ensuite -dans un univers où les mutations sont constantes et parfois extrêmement rapides-, ces informations nous donnent une idée synthétique sur l'activité au long cours des plate-formes. En somme, le recours à des données quantitatives vise à affermir le terrain, le Web, où l'enquête s'est déroulée. Pour plus de lisibilité, ces données ont été représentées dans une douzaine de tableaux.

b) Scanner le Web : le recours à des logiciels d'analyses de données

Comme je l'ai déjà indiqué à propos des phasages de l'enquête de terrain et à l'instant, le logiciel d'analyse de données *Rézodience* a été utilisé pour mener cette recherche, grâce au soutien de son concepteur Andreï Mogoutov. J'avais déjà eu recours à ce logiciel dans une précédente recherche de terrain afin de représenter sur des cartes de réseaux des données sémantiques extraites des entretiens¹⁴. Dans le cas présent, les données analysées par des logiciels ne provenaient pas de transcriptions d'entretiens mais ont le plus souvent été recueillies dans les pages de *code source** des blogs d'albums, blogzines et webzines du panel qui sont librement accessibles en ligne. Parfois le logiciel a effectué seul des recherches en ligne, parfois il a utilisé des données fournies par les moteurs de recherche Google et Yahoo. En outre, certaines recherches ont été menées par Andreï Mogoutov avec *Issuecrawler* un logiciel dédié à la localisation de réseaux sur le Web¹⁵.

L'analyse des données recueillies a ensuite permis de documenter non seulement les pratiques propres aux plate-formes (fréquence des messages, nombre de disques ou de mp3 proposés, type de codage utilisés, nature de ces répertoires) mais aussi leurs relations avec d'autres (référencement des liens pointant vers d'autres sites) et conséquemment d'établir des comparaisons. Ces comparaisons ont bien entendu été établies à l'intérieur du panel mais aussi entre des groupes du panel et des panel élargis. À partir de ces mesures, qui croisaient des données qualitatives et quantitatives, il a été plus aisé d'apprécier la réputation d'un blog, son profil stylistique et sa situation dans un ensemble plus vaste. Les méthodes qui ont été utilisées pour produire des données sont décrites au fur et à mesure qu'elles sont évoquées dans le rapport. D'une façon plus générale, et sans prétendre tenir la panacée, le fait de recourir à des logiciels traduit le souci d'expérimenter des méthodes d'analyse et des outils qui -sans renoncer aux méthodes qui ont été forgées par les sciences humaines dans l'espace physique- peuvent concourir à améliorer notre connaissance du Web et de ses acteurs.

14 Les méthodologies qui ont été mis en œuvre pour fabriquer des cartographies et les problématiques spécifiques liées à cet aspect de la recherche sont décrites dans mon premier rapport d'étape disponible en ligne http://www.blogs-et-prescription-en-idf.net/?page_id=28

15 http://www.govcom.org/Issuecrawler_instructions.htm

III PORTRAITS CROISÉS DE BLOGUEURS ET DE BLOGUEUSES

1 S'investir sur la Toile

Après avoir demandé aux membres du panel de renseigner leur âge, leur lieu de résidence, leur profession et et -le cas échéant- où ils travaillaient, l'entretien a débuté avec une question sur la création de leur blog(zine) ou webzine.

a) Rencontres en ligne

Une première série de personnes évoque les débuts d'Internet et tout particulièrement les formes spécifiques de sociabilités qui s'y sont développées. Ainsi, Luc (du blogzine *Scope*) se rappelle de ses premiers pas dans ce que l'on appelait communément à la fin des années quatre-vingt-dix le cyberspace.

Luc : “(...) En fait, j’ai dû avoir ma première connexion Internet vers 98 mais je devais déjà traîner un peu sur le Net déjà du bureau, à partir de 97 quelque chose comme ça.... Et très rapidement, j’ai été sur des forums musicaux ou des endroits où on peut un petit peu échanger là-dessus.

FR : Est-ce que vous vous rappelez des noms de ça ?

Luc : Je sais que j’ai beaucoup traîné sur Caramail voilà, comme je pense beaucoup l’ont fait. Il y en avait un autre dont j’ai oublié le nom, je pensais à ça l’autre jour, qui était avant Caramail, qui était un système de chat très rudimentaire, une plate-forme qui a disparu. C’était un fournisseur d’accès qui a disparu, ça a tellement changé en quelques années, Multimania ? Non je sais plus.”

Puis, Luc explique que sa première participation à un blog résulte d'une proposition émise par une amie rencontrée sur le réseau.

FR : “Comment est-ce que vous vous y êtes mis ?

Luc : Parce qu’on me l’a demandé ! C’est une amie qui me l’a demandé et donc c’était mars 2002 quelque chose comme ça, mars-avril 2002. Une amie jeune, connue par le Net, je ne sais plus par quel site, un forum ou quelque chose comme ça, qui avait dix-sept ans à l’époque et qui m’a demandé d’écrire sur son blog. Je lui ai dit : "je ne sais pas ce que c’est un blog". Voilà, donc elle m’a expliqué, elle m’a montré et elle voulait que je parle de musique déjà, l’objectif c’était de parler musique. Donc, j’ai commencé comme ça en publiant des choses chez elle et puis rapidement, je crois au bout de trois semaines, la chose m’a plu, l’objet m’a plu, son utilité, ce qu’on pouvait en faire, ça m’a plu, donc du coup j’ai ouvert le mien. J’ai ouvert mon premier blog à ce moment-là.”

Comme Luc, Véza (du blogzine éponyme) explique que la fondation de son blog (consacré au rock) est directement liée à la découverte d'un forum de discussion et à la dimension générationnelle du blogging.

Véza : “J’ai vu qu’il y avait la mode des blogs tout ça donc je m’y suis intéressée. Je commençais déjà à toucher à Internet depuis quelques années, donc heu...

FR : C’était ?

Véza : C’était en 99 je crois la première fois que je me suis connectée à Internet. Après, ben donc après je me suis lancée là-dedans pour voir. Et quand je suis passée sur Overblog, y’avait un forum où tous les blogueurs (..) (se retrouvaient) et du coup y’avait beaucoup d’échanges et c’est là que j’ai rencontré

virtuellement des gens qui faisaient le même genre de blog que moi. Donc du coup ça a continué à me motiver pour la suite quoi. C'est comme cela que j'ai continué. (...)

FR : Comment vous avez lancé ce blog-là, vous aviez des notions en informatique ?

Véza : Pas du tout, mais comme je m'y suis mis très jeune, je devais avoir 10 ans, 11 ans. Du coup j'ai pas vraiment eu besoin. J'ai découvert par moi-même."

b) Partager, prescrire

On a vu avec Luc qu'il discutait de musique sur des forums. Cette passion pour la musique est présentée par nombre des personnes du panel comme une motivation essentielle. Grâce au médium Internet, de nouvelles formes de partage deviennent possible. Tous les blogueurs (euses) du panel ont évoqué leur envie, au-delà de la seule musique, de partager les trésors qu'elles (ils) découvrent. Écoutons par exemple Francis du blog d'albums Golfload.

FR : "Comment avez vous découvert le monde des blogs d'albums et comment avez vous été amené à fonder le votre ?

Francis : Je l'ai découvert par hasard trouvant que le P2P était extrêmement limité textuellement. Le manque d'avis critique faisait qu'on y téléchargeait tout et n'importe quoi, ce qui ne m'agréait pas. "

Grâce à son blog Francis pratique ce qu'il fait déjà depuis longtemps avec ses amis : prescrire et échanger de la musique.

Francis : "La décision d'ouvrir mon blog a été simple à prendre. Depuis longtemps, je suis un gros consommateur de musique et j'aime partager mes enthousiasmes. Ainsi des copies cassettes faites à des amis, je suis passé dans le cyber-âge pour continuer de communiquer ma passion pour la musique."

Dans un même registre, deux autres blogzineurs se décrivent comme des collectionneurs habitué-es à diffuser leurs coups de cœur autour d'eux. Par exemple Michel qui parle de son souhait de faire partager sur son site sa propre musique et celle des autres.

Michel (de *Beachblog*) : "(...) Une passion que j'ai depuis longtemps, c'est de parler de la musique que j'aime. (...) Avant même Internet (...) j'échangeais des cassettes et autres et *j'ai transposé tout sur Internet en ajoutant la possibilité de parler à d'autres gens* qui comme moi étaient autoproducts dans leur cave et sans avoir de vue sur le reste du monde." (C'est moi qui souligne)

Laurent (du blog d'album *Galloties*) évoque son souhait de diffuser au delà de son cercle d'amis ses trouvailles musicales.

Laurent : "(...) L'envie de faire découvrir, parce qu'à chaque fois que j'avais des amis qui venaient chez moi, ils me disaient : "mais c'est quoi ce truc de dingue et ça, ça, ça" et ouais envie de le partager sur Internet. "

Écoutons également Pénélope, animatrice du blog *Handmade* et qui contribue également au webzine *Babel*. Celle-ci définit explicitement le blogging comme un moyen de faire découvrir à d'autres ce que les "médias classiques" ne diffusent pas.

FR : "Et pourquoi la musique alors ?

Pénélope : C'est une passion depuis toujours, j'ai toujours eu le goût d'aller fouiner un petit peu, découvrir des nouveautés, devancer un petit peu l'actualité telle qu'elle est représentée dans les médias classiques, proposer aux gens une alternative qu'on n'a pas vraiment ailleurs quoi."

Même registre chez Pierre qui évoque les mondes musicaux qui l'attirent particulièrement.

Pierre (qui anime pas moins de trois blogs d'albums) : "La library j'adore... La musique instrumentale d'une manière générale m'attire beaucoup (les soundtracks...). J'y ai trouvé pléthore de compositeurs, producteurs, labels fascinants, chacun avec sa couleur, etc..."

FR : Merci beaucoup. C'est quoi la library ? Au sens de l'illustration musicale, la musique au mètre, le lounge, easy listening etc. ?

Pierre : Lounge, easy listening, non. "Musique au mètre" oui. C'est la musique qu'achètent les boîtes de prod (tv/radio/ciné) pour illustrer des bandes-annonces, pubs, films, etc..."

À un autre moment de la discussion, je demande à Pierre ce que lui apportent ses blogs.

Pierre : "Concernant mes motivations : rendre à la sphère des music blogs ce qu'elle m'a donné... Aller sur des blogs que vous aimez, découvrir de nouvelles choses qui vous feront découvrir de nouvelles choses... La plupart des blogs que j'adorais n'existent plus, j'essaie de faire la roue de secours... Rendre hommage à la musique inconnue, me dire que grâce à moi, un album 'revit' et est apprécié par trois cent personnes dans seize pays.. J'aime bien. Être prescripteur de tendances, mettre un truc et simplement dire : 'écoutez-moi ça les chéris'... Être un peu la contre-culture (...). Proposer des alternatives et mettre en valeur le fait que ces alternatives étaient là depuis trente ans, sous votre nez, et qu'en fouillant un peu, on trouve des trucs super"

c) D'une onde à l'autre

Le blogzineur Scratch (*Milkshakes*) relie le blogging musical avec un goût antérieur pour les supports enregistrés, les compilations, le rock alternatif et la radio.

FR : "Comment est-ce que c'est venu ce désir de faire un blog ?

Scratch : (...) Alors, si je retrace vraiment le truc j'ai toujours fait des cassettes, toujours. Je suis dans un monde de cassettes, je suis vraiment issu du monde indé quatre-vingt-dix (*il s'agit d'un vaste courant rock né à la fin des années soixantedix* FR), je suis musicien, j'ai participé à des disques, j'étais dans une scène à Toulouse, donc très très lié à la scène locale (...). J'ai fait de la radio mais pas de la radio musicale même si je participais à la radio associative. Je faisais une émission comique et des conneries mais avec, voilà, avec une passion pour la radio, vraiment. J'ai travaillé dans un magasin de disques pendant très longtemps donc c'est presque *High Fidelity* (livre de Nick Hornby consacré à un disquaire) "

Et effectivement, un peu à la façon dont le héros du roman de Nick Hornby, *High Fidelity*, établit des listes de ses meilleurs disques, Scratch publie sur son blog des playlists qui rendent compte de ses états présents, de ses souvenirs; assemblages qui bien souvent ne trouvent leur forme définitive qu'au moment où Scratch les confectionne dans une sorte de performance réalisée dans l'espace domestique.

Le passage de la radio au blogging a également été mentionné par trois autres membres du panel. Le premier (Andy) a rencontré le principal animateur du webzine musical *IndéActu* auquel il collabore dorénavant lors du concert à Paris d'un groupe pop américain qu'il était venu couvrir pour sa radio associative. Véza évoque des émissions de radio lorsqu'elle était au lycée. Une autre blogzineuse explique que les chroniques de disques qu'elle écrit pour son site avaient initialement été conçues pour une radio à laquelle elle contribue en tant qu'animatrice, responsable de la retransmission des concerts et dont elle était encore il y a peu la vice-présidente. Comme Pénélope, elle mentionne son intérêt particulier pour ce qui échappe à l'attention de l'industrie musicale.

Isabelle (blogzine *Sanstoiniloi*) : “Je fais de la radio, je suis chroniqueuse notamment en musique pop rock, borderline, tout ce qui rentre pas dans les cases qui rentrent dans plusieurs genres musicaux, on va dire. Et donc, dans le studio on utilise beaucoup de cahiers, parce qu’on doit couper tout ce qui risque de faire des interférences dans un studio, donc on a souvent des cahiers. Et j’oubliais mon cahier régulièrement et y’a rien de pire que d’arriver pour faire une chronique d’un disque qu’on a aimé et de se retrouver à prendre le communiqué de presse parce qu’on a oublié toutes ses idées. Et ça me rendait folle et je me suis dit : "puisque j’oublie toujours mes cahiers, je vais faire mes propres chroniques d’albums (*avec un ordinateur et un traitement de texte* FR), je vais les rédiger de manière littéraire et un peu soignée", parce que j’aime ça bien écrire, "et une fois que j’arriverai à la radio, si jamais j’ai oublié mon cahier et bien il y a toujours un ordinateur à côté, je pourrais me connecter et avoir mes chroniques".”

Cette relation antérieure ou maintenue avec la radio est intéressante à double titre ; d'une part parce qu'elle signifie une initiation à certaines contraintes du journalisme (travail d'équipe, formats, programmation, relation avec des attachées de presse, ponctualité etc.) d'autre part, parce que cette pratique témoigne d'un goût pour la prise de parole et la prescription. Enfin, la migration de la radio au web indique également que le blogging et le Web sont pensés dans la continuité d'un parcours et non pas comme un saut dans le “virtuel”. De façon plus générale, on doit remarquer que tous les membres du panel ont présenté leur “entrée en blogging” comme une démarche en accord avec leur parcours antérieur d'amoureux(euses) de la musique. De plus, tant Pénélope, Michel, Scratch, Isabelle, Francis que Laurent se situent dans une logique alternative au *mainstream*.

Carl, animateur d'un blogzine culturel à vocation généraliste, de deux blogs photographiques et lui-même photographe explique son besoin de bloguer à partir d'une autre entrée (complémentaire) : ne pas oublier ce qu'il voit dans des expositions, lit et entend et conséquemment transmettre à d'autres ses expériences.

Carl : “Mon blog *Aujourd'hui* c’est très simple hein. Je me suis dit que je ne me rappelais plus les choses que je faisais. Donc, je me suis dit que c’était un moyen intéressant de garder une mémoire de tout ce que je faisais, parce qu’on est comme dans un petit peu le flux... Donc écrire un petit peu concrètement ce que l’on fait tous les jours et puis surtout, en fait, le partager aussi, parce qu’on n’a pas toujours l’occasion de voir toutes les personnes qu’on voudrait, que ce soient les amis ou d’autres... Et donc, pourquoi pas partager les envies, voilà. Et donc les thèmes, ils sont assez variés : ils vont des livres aux romans, bande dessinée, toutes les expositions photographiques, les expositions en général que ce soit peinture, sculpture, spectacle, théâtre, opéra, concerts, pas mal de musique aussi, le cinéma, des vidéos à la demande.”

d) Donner du corps à des liens, se dévouer pour les autres

On notera que Carl mentionne qu’il blogue à l’intention de gens qu’il connaît mais n’a pas l’occasion de voir souvent. Et justement, plusieurs membres du panel expliquent la fondation d’un premier blog ou webzine par leur souhait de perpétuer (voire de renforcer) sur la Toile des liens établis dans ce que plusieurs membres du panel appellent le “monde réel”. Comme Patrick qui a d’abord fondé son premier blog pour son cercle d’amis.

Patrick (*Dico*) : “En fait, au tout début je me suis aperçu qu’avec mes potes, à chaque fois que l’on se voyait, plutôt que de raconter nos vies, parler de nos problèmes, d’avoir des discussions d’amis, en fait très vite on se demandait : "qu’est-ce que tu as écouté comme disques ces derniers temps ?" et l’on se retrouvait à parler musique pendant trois à quatre heures et à la fin on s’apercevait que l’on n’avait pas demandé à l’autre comment il allait ! Donc l’idée au début de *Dico* c’était de créer une plate-forme juste pour moi et mes potes où chacun parlait des disques qu’il avait aimé et quand on allait boire un verre on savait ce que les autres avaient écouté récemment...”

FR : C’était quand ça ?

Patrick : Ca c'était début 2007

FR : Là vous avez pris un blog ?

Patrick : Alors non, j'avais fait un site sous Joomla!* sur un CMS* classique mais c'était un site qui n'avait pas vocation à être lu par le public, c'était vraiment une plate-forme pour moi et mes potes."

Pour Poc (blog *Playloud*), l'envie de bloguer est venue de discussions avec un ami déjà engagé dans le blogging.

FR : "Comment avez vous découvert l'univers des blogs et dans quelles circonstances avez vous créé le votre ?

Poc : Je l'ai découvert et m'y suis intéressé surtout grâce à un ami, chanteur et musicien de rock (...) Son blog, sur lequel il diffusait des morceaux de ses vieux disques (...). Il me parlait de son blog, ça m'a donné envie de créer le mien...

FR : Cela remonte à quand ?

Poc : Janvier 2006"

Rolf, qui anime le webzine culturel *GéantsVerts*, explique la création d'un premier webzine par le souci de soutenir des jeunes artistes qu'il connaissait. On notera également que Rolf se situe explicitement dans un premier temps dans une logique régionale puis nationale et internationale.

FR : "Alors comment c'est venu ?

Rolf : (...) Tout simplement une soirée, très bête, je me suis retrouvé à une soirée, un vernissage précisément et je me suis rendu compte que les artistes avaient peur de se mélanger dans les soirées, c'est-à-dire qu'ils amenaient uniquement leur monde à eux, leurs copains, leur famille mais voilà ça se résumait à ça, à vingt-trente personnes dans une galerie avec les petits fours heu... plus ou moins bon marché et le coca chaud et le champagne chaud. Et je me suis dit : "ce qu'il faudrait peut-être en fait, c'est créer une plate-forme pour ces artistes qui ne sont pas connus, qui sont en manque de notoriété sur Internet en les accueillant". Donc, ils pourraient venir aussi bien contribuer en disant : "ben je fais une soirée, je fais un vernissage etc." mais aussi bien parler de leur actualité. Donc, c'est comme ça qu'est né le projet. Il a un peu dévié depuis mais c'était une terre ouverte, l'idée de base, *l'idée originale c'est une terre ouverte pour tous les artistes plutôt pas connus, parce que les artistes connus ils ont des attachés de presse et ils n'ont pas forcément besoin de nous*. Nous, on s'est dit : "voilà côté Région Parisienne, on peut pas là". Maintenant, on ne se limite plus uniquement à la région parisienne, on a des gens qui travaillent en Arabie Saoudite, à Bordeaux, Madrid, Berlin etc. parce qu'Internet facilite ça. Mais au départ c'était ça, c'était : "toi t'es Parisien, t'es dans ta bulle ben, à plusieurs on sera plus forts." (...) Et, en 99 il y a eu un premier site qui a été créé (...) un magazine qui était plutôt axé sur l'art, la culture, plutôt très parisien, un parisianisme aigu comme on dit, avec des soirées parisiennes, voilà ça a vécu un an parce que c'était très compliqué, j'ai mesuré l'ampleur de la tâche de gérer une multi équipe avec de nombreux auteurs, ça c'est arrêté un an mais c'était l'embryon". (C'est moi qui souligne)

Quant à lui, Franck (animateur du blogzine *Ressence*) explique que c'est son activité militante qui l'a amené à s'investir dans des forums de discussion puis dans le blogging.

FR : "Quand est-ce que vous avez starté, commencé votre site ?

Franck : En 2006, en mai 2006

FR : Vous pouvez me raconter un peu ça ?

Franck : Alors en fait, j'ai eu une phase de transition où d'abord en tant que militant, j'étais un contributeur, un gros contributeur d'un forum associatif qui est ouvert, enfin qui était ouvert, il n'existe plus pour l'instant

FR : Il s'appelait comment ?

Franck : C'était le site des Chiennes de garde (*une organisation féministe* FR) en fait, qui a eu un forum très très actif où je contribuais énormément, et j'écrivais aussi beaucoup d'articles pour le site, j'étais très impliqué dans l'association, je le suis moins aujourd'hui. Donc, une implication, un rapport au Web qui était lié directement à mon militantisme et qui me faisait écrire tous les jours.

FR : Vous êtes membre de quel syndicat ?

Franck : Je ne suis plus syndiqué, j'étais syndicaliste étudiant en fait".

L'évocation par Franck des Chiennes de garde m'amène à parler de Carmen qui évoque la dimension féministe de son engagement dans le blogging.

Carmen (blogzine *Petula*) : "(...) Il s'avère que je suis membre de plusieurs groupes de femmes ou filles qui sont très impliquées dans les nouvelles technologies, Internet etc..

FR : De quel ordre ?

Carmen : Alors par exemple il y a une association qui s'appelle les Paris Girls Geek Dinners ¹⁶. L'objet de cette association c'est d'organiser un événement trimestriel pour vulgariser certains sujets de nouvelles technologies auprès des femmes qui s'y intéressent. Mais aussi, présenter des objets hi-tech, des jeux vidéo enfin voilà tout ce qui tourne dans le milieu multimédia et high-tech, dans un contexte très ludique, et puis entre filles. À côté de ça, je participais à un autre groupe de réflexion qui s'appelle Girl Power 3.0 donc là c'était un autre niveau, c'était des réunions mensuelles et nous avions à chaque fois une intervenante, donc à chaque fois travaillant dans les nouvelles technologies, qui venait partager son expérience ou son point de vue sur un sujet particulier ou qui venait parler de son livre qu'elle sortait."

À ce premier point s'ajoute une curiosité d'ordre professionnelle.

Carmen : "(...) À cette époque-là je travaillais dans les relations presse, j'étais dans une agence très traditionnelle qui s'occupait uniquement des journalistes. Mais, en voyant émerger l'importance des blogueurs on s'est dit que ça pourrait être intéressant de travailler dessus. Et je me suis dit que ça pourrait être bien de voir comment ça se passe quand on est blogueur, pour pouvoir contacter au mieux les blogueurs en fait. Pouvoir voir les deux côtés du phénomène en fait.

FR : Vous avez fait ça dans le cadre de votre boîte ?

Carmen : Non, c'est personnel, tout à fait personnel."

Dernier point, envie de mettre en valeur sa qualité de musicienne et sa passion pour la musique.

Carmen : "Donc, c'étaient des expériences que je voulais faire partager avec les gens, raconter des anecdotes et puis au-delà de ça... Et puis après, ça s'est élargi à un autre tas de domaines. Mais voilà, au départ c'était centré sur mon expérience au sein du groupe et après c'était mon avis sur tout ce qui touche au rock de près ou de loin"

Cette motivation liée à une pratique artistique on la retrouve également chez Michel qui a débuté son site à la suite d'un pari consistant à mettre en ligne une de ses chansons chaque

16 <http://www.parisgirlgeekdinners.fr/>

mois (pari tenu depuis 1999) ou encore chez Carl qui publie aussi ses propres photos sur ses différentes plate-formes.

Quoiqu'il en soit de la variété des situations, on remarque que l'implication dans une plate-forme résulte quasiment toujours d'une sollicitation émise par un(s) tiers faisant soit partie de l'entourage soit rencontré(e) sur le réseau. De ce côté là, la plupart des récits recueillis montrent le rôle déterminant des plate-formes de discussion en ligne (forums de discussion, sites de chats, pages dédiées aux commentaires sur des blogs etc.) qui fédèrent des internautes. Autre point à noter, pour nombre des membres du panel la première forme de leur blog était moins destinée à un usage public qu'à solidifier des liens ou des activités qui préexistaient.

e) S'associer

On vient de voir diverses manières de partager avec autrui ses passions et ses intérêts. Une des façons de mettre en pratique ce désir est de rejoindre un site participatif du type de celui dont Rolf nous a parlé il y a un instant. Écoutons tout d'abord le récit de personnes qui ont été invitées par d'autres à rejoindre des sites déjà existants ou en construction.

Alexandre (qui contribue au webzine *Nickelodéon* et a également son propre blogzine *Discogood*) : “Oui, alors (...) B. est à l'origine du projet avec un ami à lui qui est espagnol et j'ai connu le site à ses débuts et au bout d'un an, un an et demi, B. m'a contacté par mail pour me dire ; "voilà, j'aime bien ce que tu fais, j'ai un projet et j'aimerais bien qu'on se rencontre et qu'on en discute". Sur ce, on s'est rencontrés.

FR : C'était à quelle époque ça ?

Alexandre : C'était il y a deux ans à peu près.

FR : Et vous aviez votre blog depuis combien de temps ?

Alexandre : Moi je l'avais depuis un an et demi deux ans à peu près et lui aussi.

FR : Donc ça, ça nous ferait remonter à mi 2005 ?

Alexandre : Oui à peu près.”

La rencontre peut aussi être plus hasardeuse. Un passionné de musique peut ainsi -au gré de ses pérégrinations sur le Net- sympathiser avec l'administrateur d'un blog, se rendre compte d'affinités et finalement être invité à le rejoindre.

FR : “Peux tu me raconter un peu la découverte de ces blogs ?

Frédéric : Bah c'est assez simple : tu découvres un blog dont les musiques t'intéressent (prog, Canterbury, etc.) et tu cliques sur les liens de "blogs amis". A la fin, ça fait toile d'araignée et tu constitues une liste de favoris. A l'époque, je recherchais surtout des blogs "lounge" et "easy listening" (*il s'agit de styles musicaux* FR). En quelques clics, on en trouve des dizaines... J'aimais bien aussi *XYZ cosmoblog*, lui aussi défunt...

FR : Comment s'est passé ton intégration au blog (lui aussi défunt) *Le temps passe*? Était-ce le premier blog francophone que tu découvrais ?

Frédéric : Oui, tout à fait. J'avais trouvé ce blog complètement par hasard, en recherchant je ne sais plus quel album. L'admin postait plein de trucs, et toujours "0 commentaire". A un moment, il a demandé "Hello, Y a quelqu'un ?" J'ai répondu "Ben oui, moi !" `

FR : Et puis ?

Frédéric : Et de fil en aiguille on a sympathisé grâce à nos goûts communs (Steve Hillage, Canterbury rock, etc.) et l'admin m'a envoyé une invite pour participer au blog avec des posts (*post = message* FR). Mon premier post fut, je me souviens, *Welcome* de Santana”.

Plus tard, Frédéric suivra “l'admin” lorsque celui-ci fondera le forum de discussions et d'échanges *Garogorille*.

Dans la mesure où Alexandre ou Frédéric ont été conviés par des pairs, ils n'ont pas eu à se soumettre à un test préliminaire. Toutefois, partager avec d'autres la même passion ne suffit pas forcément pour être intégré dans un collectif déjà constitué. Nombre des récits recueillis durant l'enquête racontent qu'il a fallu se soumettre à une sorte d'examen de passage, pour s'assurer notamment de l'habileté scripturaire des candidat-es. Un postulant à l'entrée dans un forum, qui comprend également des chroniques de disques, raconte les deux sas par lesquels il a dû passer.

FR : “Ils vous ont demandé d'envoyer une chronique ?

Bertrand (du forum/webzine *Autoban*) : Ouais voilà tout bêtement pour postuler ben, on vous demande de faire une chronique d'un disque qu'on a bien aimé, mais sorti récemment, et qu'a pas encore été chroniqué sur le site. Donc j'ai fait ma chronique, ils ont vu ça au niveau de la rédaction et donc ils ont accepté la chronique. Donc, au début j'étais chroniqueur externe, donc c'est-à-dire que j'avais pas accès au backstage, on va dire, en fait j'avais un superviseur au niveau de l'électro. Parce qu'il y avait plusieurs sections, une section électro, une section rock etc. donc moi j'étais supervisé par celui qui s'occupait de l'électronique. Et donc le seul contact que j'avais avec l'équipe c'était avec lui.

FR : Vous étiez inscrit avec un pseudo ?

Bertrand : Oui, j'ai un pseudo oui. Et donc c'était le même pseudo pour le forum, les chroniques etc.”

Comme on l'a compris, si Bertrand a bien été intégré à *Autoban* il a, dans un premier temps, été encadré par une sorte de coach et n'a pas eu tout de suite accès à un forum réservé aux principaux rédacteurs. Même son de cloche pour Kevin qui contribue au site *Métalardent* (consacré aux différentes déclinaisons de rock métal) qui comprend également un forum et des chroniques rédigées par une équipe de rédacteurs.

FR : “Comment as tu découvert *Metalardent* ?

Kevin : Un peu par hasard, en fait un pote à mon père m'a fait découvrir un groupe qui s'appelle Dream Theater (tu connais un peu le métal ou pas ?), j'ai trouvé ça génial et j'ai voulu faire des recherches sur internet pour trouver des groupes similaires, j'ai atterri sur *Métalardent* et je me suis fait peu à peu ma culture métal. Au bout d'un moment j'ai envoyé deux chroniques de mon cru au webmaster et j'ai été accepté

FR : (...) Sur quoi portaient ces chroniques ?

Kevin : (...) J'avais envoyé deux chroniques, une c'était du groupe Arena, du rock progressif, et l'autre c'était Burn Hollywood Burn, un groupe de hardcore français qui avait sorti une démo pas mal

FR : Justement ça c'est précisément passé comment "de proposer tes services " ? Via un PM (*un message privé envoyé d'un membre d'un forum à l'autre* FR) ?

Kevin : Ouais j'ai tout simplement envoyé un mail au webmaster (l'adresse mail était encore accessible via la FAQ* à l'époque), avec les 2 kros en PJ (*chroniques en pièces jointes* FR)

FR : Est ce que tu avais pris connaissance avant de les écrire (les chroniques) de contraintes éditoriales précises ?

Kevin : Absolument pas, en fait à la base c'étaient des textes que j'avais rédigés pour un forum, je les ai retouchés un peu pour leur redonner de la consistance et je les ai envoyés."

Même récit également pour Pénélope (blogzine *Handmade*) qui raconte comment elle a rejoint le webzine *Babel*.

FR : "(...) Comment vous avez débarqué dans *Babel* ?

Pénélope : Alors Babel ça faisait quelques années que je les suivais et via mes activités blog etc. je suis rentrée en contact, grâce à Facebook, avec un des chroniqueurs. (...) Et donc, ils ont fait une refonte du site il y a environ un an et, à ce moment-là, je lui ai demandé s'ils cherchaient des chroniqueurs, sans avoir d'arrière-pensées en plus, mais il m'a dit "oui d'accord, envoie nous des articles" et puis ça a commencé comme ça, voilà.

FR : Il y a eu un test ?

Pénélope : Il y a eu un test. Il y a eu deux chroniques à envoyer si je me souviens bien, une interview et une chronique que je leur ai envoyée. Mais c'est vrai que je pense qu'on s'était rencontrés via le Net parce que aussi j'avais une manière d'écrire, enfin je pense, qui correspond assez au ton *Babel* qui est de privilégier l'affectif, le ressenti enfin l'émotionnel dans la musique."

Passons maintenant du côté de "l'invitant" avec Rolf qui nous raconte avec qui il a constitué l'équipe de *GéantsVerts*.

FR : "Et quand tu dis : "nous on s'est dit", c'était qui "nous" ?

Rolf : Alors, il y avait moi, bien évidemment, plus une petite cellule d'auteurs copains qui faisaient notamment partie de la première aventure (...). Quand je leur ai re-proposé, ils ont tout de suite dit : "ah ben oui, oui on revient il n'y a pas de problème". Donc voilà, avec ça une équipe de dessinateurs, de graphistes, de designers, galeristes qui ont (...) rejoint, en tout les cas, le projet en 2005, voilà. On a mis en place techniquement le site pour faire quelque chose d'assez propre et d'assez esthétique."

Résumons les récits de ce paragraphe. On voit tout d'abord que, de façon assez similaire aux sites individuels, certains sites collectifs peuvent être considérés comme des sortes d'extensions numériques de sociabilités déjà constituées. En deuxième lieu, on ne rentre pas dans un webzine comme dans une auberge espagnole, si l'on n'y est pas invité il faut montrer à l'équipe - y compris après avoir passé victorieusement une première épreuve- que l'on s'inscrit durablement dans son projet.

2 La question de l'écriture

a) Bloguer parce que l'on écrit

Un peu plus haut, j'ai parlé de l'amour de la musique, du plaisir de partager et du souci des autres comme des points d'entrée dans le blogging. L'autre point récurrent (et souvent compatible avec ces trois registres) qui est mentionné est le goût de *l'écriture*. Plusieurs membres rapportent l'antériorité de cette pratique et pour certains parlent du blogging comme une façon de s'accomplir de ce côté.

FR : “Aviez vous une pratique de l'écriture avant Internet et de bloguer ?

Jonas (dont le blog s'intitule *l'Oeuf*) : Oui. j'ai toujours été passionné de littérature, et c'est d'ailleurs le goût de l'écriture plus que la culture elle-même - qui m'a amené au blog.

FR : Vous pourriez m'en dire un peu plus ? Vous avez écrit de la fiction ? Participé à des ateliers d'écriture ? (...)

Jonas : J'ai été - et suis encore je suppose même si je ne suis plus très prolifique écrivain, à ma manière. Quelques nouvelles éditées ici ou là sous différents pseudos, quelques chroniques (sans compter un peu de presse écrite dans des fanzines à la fin des années 90). Quelques romans aussi, également, mais jamais publiés. Et donc, au départ, mon blog était avant tout centré sur des chroniques.”

Ce même Jonas raconte comment le lien entre écriture et les plate-formes en ligne s'est établi.

FR : “ (...) Venons-en à votre blog. Comment et à quelle époque avez-vous découvert ce moyen ?

Jonas : J'ai ouvert un premier blog vers 2004 je crois... Mais personne ne le lisait alors je m'en suis désintéressé pour me consacrer aux forums (littéraires, principalement). et puis chassé le naturel (on y revient) je me suis mis à écrire des chroniques quotidiennement sur un forum... Quand j'en suis parti, au printemps 2006, les gens qui aimaient mes chroniques m'ont suggéré d'ouvrir un blog.”

Même goût pour l'écriture rapporté par Poc du blogzine *Playloud*

FR : (...) Est-ce que vous aviez, avant de bloguer, une pratique de l'écriture ?

Poc : Pas une pratique de l'écriture "journalistique"... Mais j'ai écrit un roman (pas publié, et je pense après coup qu'il ne le méritait pas), et, bien sûr, une pratique de l'écriture dans mes études... (*Poc vient d'achever une thèse de musicologie* FR)

Idem pour

Isabelle : “J'écris depuis que je suis toute petite, j'écris des romans pour moi je les publie pas, je les propose pas du tout, peut-être le dernier là qui est en cours parce que j'ai eu plus de temps, parce que je me suis penchée sur les choses différemment.”

Patrick exprime bien comment son goût pour l'écriture a trouvé un nouveau cadre pour se réaliser et ce d'autant plus qu'un début de lectorat l'a encouragé à persévérer.

Patrick : “À côté de ça, j'étais depuis longtemps branché littérature et écriture. J'avais écrit deux romans non publiés et, en fait, comme mon blog commençait à avoir quelques visiteurs j'ai commencé à écrire des textes plus longs. Et puis très rapidement j'ai eu envie juste d'écrire dessus d'un point de vue entre guillemets plus littéraire”.

Justement, Franck exprime l'idée qu'un blog permet de s'adonner quotidiennement à l'écriture dans des conditions qu'il juge -tant du point de vue des sujets qu'on y aborde que du feedback que l'on obtient des internautes- très satisfaisantes.

Franck : "J'ai besoin d'écrire tous les jours. Mais, j'ai déjà essayé pour la fiction de me dire : "voilà, je me mets devant la page blanche tous les jours" et ça me réussit moyennement. En revanche, dans un cadre un peu plus faussement libre comme ça, enfin c'est-à-dire, c'est plus en interaction, voilà... Ca, ça motive plus et puis sur le Web on a des lecteurs tout de suite, alors pas forcément beaucoup mais tout de suite on en a et puis après on peut éventuellement en avoir plus."

Incitation confirmée par Isabelle.

Isabelle : "Ma mère m'a toujours dit qu'elle aimait ce que j'écrivais mais bon c'est votre maman et vous pouvez pas vraiment lui accorder du crédit. Et quand c'est des gens que vous connaissez pas du tout et qui commencent à vous laisser des commentaires élogieux en disant : "ben vraiment y'a un style et quelque chose qui nous plait". "

Avec Scratch, c'est à l'issue de l'entretien, alors même que le magnétophone est déjà coupé, que celui-ci me signale *in fine* qu'il a écrit des poèmes et des fictions entre douze et dix-huit ans puis pratiqué le théâtre et qu'effectivement le blogging peut être relié à un intérêt antérieur pour l'écriture et la littérature. Écriture qu'il pratique d'ailleurs à foison en tant que sociologue et qui est l'objet même de ses recherches !

D'une façon comparable à Franck, Nina (animatrice du blog *Ninablog*) explique que le Net lui a permis de continuer d'une autre façon de qu'elle faisait déjà auparavant.

FR : "Aviez vous également une pratique de l'écriture auparavant et pourriez vous me citer certains forums que vous fréquentiez lorsque vous étiez "jeune" ?

Nina : Oui, j'écris tout le temps. Plus jeune, donc, j'étais très renfermée, donc je passais mon temps à écrire des choses, des nouvelles, des réflexions sur tout et n'importe quoi (pas de journal intime, je crois que je trouvais ça ringard et beaucoup trop cliché). Je fréquentais surtout un forum qui a fermé à peu près au moment où j'ai créé le blog (il y a sûrement une relation de cause à effet là-dedans) (...). C'était un site de jeux, avec des équipes, mais surtout un forum. Je ne jouais pas aux jeux mais je participais au forum. Un ami avait également créé un forum, je passais du temps là- bas aussi. Il a fermé également. Les forums ont rarement une durée de vie très longue. Et c'était il y a longtemps. "

Si Michel (dont le blogzine *Beachblog* parle à la fois de sa propre musique, de celles des autres et de ukulélé) mentionne les livres et la littérature, il pense que la presse rock a également influencé sa façon d'écrire sur la musique.

FR : Maintenant je vais vous interroger sur la question de l'écriture. Est ce que vous avez des modèles ? (...)

Michel : Qu'est ce que vous appelez des modèles ?

FR : Et bien, vous avez été lecteur pendant des années de canards de Rock ? Vous avez des modèles littéraires ?

Michel : J'ai lu *Rock & Folk* et *Best* à la grande époque, je lisais tous les mois ces trucs là, la bible c'était quand j'étais ado, heu après je fus un grand lecteur. Je me rappelle quand j'étais même, aller à la bibliothèque et remplir des sacs de bouquins et je lisais beaucoup, beaucoup de livres. Donc tout ça m'influence nécessairement et a formé ce que je peux écrire aujourd'hui, maintenant j'ai pas de formation journalistique.

FR : Vous écrivez vos (*textes de*) chansons non ?

Michel : Oui”

b) Découvrir l'écriture grâce aux blogs

À ce premier groupe répond un deuxième qui a découvert l'écriture *grâce* aux différentes plate-formes expressives¹⁷ (forums, blogs, pages perso) et au courrier électronique. Ainsi Luc qui narre comment l'Internet l'a amené à écrire et relie cette pratique au besoin de dialoguer avec soi-même, de faire le point.

FR : “Vous aviez un passé d'écriture ?

Luc : Non, moi j'ai découvert l'écriture avec Internet. Pas avec le blog, rien qu'avec les mails au départ, les mails, les discussions, les forums (...) Donc ça avait commencé là-dessus et, en fait voilà, moi j'écrivais pas et j'ai jamais écrit sur du papier ou autre à part du courrier un peu comme ça... J'ai jamais eu non plus des relations épistolaires. Voilà, donc j'ai jamais écrit et Internet m'a fait découvrir l'écriture et surtout le pouvoir de l'écriture. (...)

FR : Est-ce que vous pouvez me parler de votre blog ? (...)

Luc : Il a évolué dans le temps, il est quand même très personnel, il parle de musique mais il ne parle pas que de musique, il est très égocentré, mon blog est très égocentré, je parle de moi beaucoup. Au départ, le premier c'était plus la curiosité et la découverte, on va dire, et puis en fait quand je l'ai rouvert d'abord il y a eu un besoin d'écrire, un besoin d'échanges, d'être lu, besoin d'échanges avec cette écriture et puis ça m'a servi d'exutoire aussi. J'ai beaucoup écrit pour me débarrasser de soucis, de problèmes que je pouvais avoir à ces époques-là et j'ai utilisé l'écriture pour ça, j'ai utilisé le blog pour ça. (...)

FR : Mais ça parlait musique ?

Luc : Il y avait toujours un rapport, souvent je mettais des paroles de chansons, des citations de paroles, de chansons. Le morceau venait avec, le morceau illustrait donc avec le titre et deux trois paroles en citation. Mais pas de musique à l'époque parce que je pouvais pas, c'est venu qu'en 2003 mais disons que, pour moi, ça allait avec même si ça.... Voilà.”

À la fin de l'entretien, Luc me confie qu'il a reçu des sollicitations pour publier et que même s'il n'y a pas répondu favorablement dans un premier temps, il envisage désormais d'écrire quelque chose sur la banlieue où il a passé sa jeunesse.

Pour Bertrand, l'habitude et le goût d'écrire se sont également développés grâce à son activité (bénévole) de chroniqueur de disques en ligne. Jusqu'à ce que cette activité ne débouche sur un emploi de rédacteur, emploi qui, en retour, a considérablement enrichi sa façon d'écrire sur la musique dans les plate-formes auxquelles il a participé.

FR : “Vous avez un passé d'écriture, c'est quelque chose que vous faites depuis que vous êtes gamin ? Vous avez fait d'autres travaux d'écriture parallèles ?

Bertrand (Forum/webzine *Autoban*) : Oui. En fait l'écriture j'ai commencé avec J. (*un site aujourd'hui disparu et qui a précédé Autoban* FR), c'était mes premiers essais d'écriture, mes premières chroniques, donc en 2005. Après j'y ai pris assez goût et d'ailleurs c'est ça qui m'a permis, en tout cas qui a joué pour mon embauche chez *Numerama*¹⁸ (*il s'agit d'un magazine en ligne principalement consacré aux nouvelles technologies et à Internet*), c'est que j'écrivais déjà pas mal de chroniques par rapport à J. Donc là

17 J'emprunte cette expression à Laurence Allard qui parle de *pratiques expressives digitales*
<http://culturesexpressives.fr/doku.php>

18 <http://www.numerama.com/>

Numerama, ça m'a apporté énormément au niveau de l'écriture parce que là c'est carrément devenu mon gagne-pain, donc je faisais ça à longueur de journée. Et j'ai eu un autre rapport qui est intéressant par rapport à *Autoban*, quand j'écrivais pour *Numéràma*. C'est que comme j'écrivais des articles sérieux entre guillemets toute la journée, sur *Autoban* je me lâchais beaucoup plus et ça aussi ça correspond aussi à la période où je lisais beaucoup de Bukowski (*écrivain Américain*) etc. Comme j'écrivais toute la journée, c'était une sorte entre guillemets de défouloir où mon style sur *Autoban* partait dans tous les sens, où je me faisais plaisir. Donc *Numerama* m'a apporté beaucoup parce que j'avais des comptes à rendre. Et y'a aussi le fait que comme je travaillais aussi sur un site qui est rémunéré à la publicité. C'est un peu, on est payé aux mots, on doit être ultra productif et mon boss au début y me poussait vraiment derrière : "oh ben voilà qu'est-ce que tu fais ça fait une demi heure que t'a pas publié d'articles?" etc. Donc *Numerama* m'a vraiment appris à écrire super vite, donc là je sais qu'avant *Numerama* je consacrais une après-midi complète pour écrire ma chronique et maintenant ça se réduit à deux/trois heures. Je rajoute juste un truc pour compléter cette question-là. J'ai aussi essayé d'écrire un roman, donc là c'est un peu en stand-by, donc là j'écris, j'en suis arrivé à peu près à trois cent pages et là j'avais comme commencé trois cent pages et là j'avais pas banalisé l'action etc. Et là, je suis revenu au début. En fait, je suis en fait dans la deuxième couche un peu comme en peinture on met une deuxième couche, mais là j'avoue j'ai un peu laissé ça de côté (...). Voilà c'était pour fermer la question sur l'écriture."

Carl explique aussi que c'est par le blogging qu'il a développé sa capacité à écrire.

FR : "Vous aviez une pratique de l'écriture ?

Carl : Pas du tout, d'ailleurs on peut remarquer qu'au début mes articles sont très succinets (rires) parce que je ne sais pas par quel bout le prendre et petit à petit ça s'étoffe .

FR : Vous vous êtes trouvé des modèles d'écriture sur le Net, comment vous vous y êtes pris ?

Carl : Ah ben, je m'y suis pris sur le tard, enfin petit à petit. Non, non, il n'y a pas eu de modèles particuliers. Je sais que je fais pas tellement attention à l'orthographe ce qui est peut-être dommage mais ça c'est peut-être une question de temps aussi. Petit à petit les sujets viennent et puis on a envie de parler un peu plus, il y a des sujets qu'on traite plus que d'autres."

c) Laisser parler la musique

Néanmoins, toute règle comporte une exception et au sein de ce panel, ce sont les blogueurs d'albums qui y dérogent. En effet, aucun des blogueurs d'albums interviewés n'a mentionné une relation particulière avec l'écriture.

FR : "Vous aviez depuis un petit moment ou plus récemment une pratique de l'écriture ou pas ?

Laurent (blog *Galloties*) : (...) C'est pas du tout mon truc hein et ça se sent. Je me lance pas dans des chroniques des disques que je mets en ligne. Des fois, je résume en une ligne ou trois mots ou je mets rien mais j'ai pas vraiment d'assurance à ce niveau là."

D'une façon parallèle à Laurent, Pierre mentionne que s'il consacrait plus de temps à des textes d'accompagnement ceux-ci seraient inspirés par des travaux érudits.

FR : "Est-ce que vous avez pratiqué l'écriture, écrit des choses sur autre chose que la musique ?

Pierre (blogs *Doggysound*, *Chandelles*, *Pierreàfeu*) : Bah je ne considère pas écrire sur la musique... Je refile juste des liens... Justement un autre blog serait adéquat pour cela... Que je prenne le temps de consulter des 'historiens' de l'électro que je connais etc."

Écoutons enfin Krüger (blog *ImperialBedRoom*).

FR : “Vous avez des modèles d'écriture ? Vous évoquez régulièrement la presse musicale mais plutôt pour citer des articles qui vous ont incité à découvrir de nouveaux artistes. Est-ce que la presse musicale vous inspire, influence pour rédiger ?

Krüger : Pour rédiger ? Non, sauf à recopier un extrait et en citant ma source

FR : Vous avez un passé d'écriture ? Vous teniez un journal, avez participé à des fanzines, écrit des romans etc. ?

Krüger : Honnêtement pas du tout, mes premiers efforts d'écriture extra-scolaire sont mes mémos professionnels (...).”

d) Les modèles

Justement quels sont les modèles d'écriture des membres du panel qui écrivent abondamment ? Et d'ailleurs en ont-ils (elles) ? Une première série de personnes cite, même si ce n'est pas toujours d'emblée, des écrivains.

Arnaud (du webzine *Pressbuton* où écrivent des journalistes) : “C’est très très immodeste de dire ça mais je n’ai pas de modèles. Je lis des gens qui écrivent sur la musique mais sans que ce soient des modèles. J’aime beaucoup l’écriture de François Bon par exemple. J’aime beaucoup son approche biographique de la musique. C’est plus son approche de la biographie que son approche de la musique. Quand il écrit sur Dylan j’aime bien la manière dont il questionne la biographie officielle des gens. (...) Il y a une espèce de tension entre la musique et le personnage de Dylan et c’est ce qu’il a voulu bien délivrer comme information qui m’intéresse. Mais je n’ai pas de modèles, cela ne me fascine pas plus que ça. ”

Luc dont le blog comprend une rubrique intitulée “je me souviens”¹⁹ confirme l'existence de certains modèles.

FR : “Vous m’avez dit que vous n’avez pas de pratique (*antérieure*) d’écriture intense mais vous avez des modèles littéraires ?

Luc : Oui bien sûr on pense à Perec oui mais en même temps c’est pas des “je me souviens” concis comme ceux de Perec. Oui forcément, j’ai des références littéraires. Je lis pas mal, on va pas dire que je lis énormément mais je lis pas mal. Je sais pas si je m’en inspire, oui parfois oui... Parfois oui, j’ai eu envie que ça sonne un peu comme voilà un auteur que j’ai lu récemment, des choses comme ça.

FR : J’attends un nom (rires)

Luc : Non mais il y en a plusieurs. Il y a un écrivain dont l’écriture me fascine c’est Antonio Lobo Antunes que j’ai utilisé plusieurs fois, un petit peu de son style d’écriture avec des répétitions, je sais pas si ...

FR : Le flux ?

Luc : Oui le flux et si vous l’avez déjà lu il revient à la répétition, enfin des choses qui reviennent, les mélanges, les flash-backs et ainsi de suite. Donc oui voilà, je dirais pas que c’est un modèle mais son écriture me fascine, j’ai pas envie de le copier non plus mais ça m’est arrivé de me dire : “j’ai envie de faire ça”. ”

Luc évoque également un journaliste.

Luc : “Moi mon modèle dans la matière, il est plutôt ancien et c’est plutôt Philippe Garnier. (...) Je lisais des articles de Garnier dans *Rock & Folk*, j’ai grandi avec ça. Toute la période de Garnier aux États-Unis...

¹⁹ *Je me souviens* est un livre de Georges Perec publié en 1978 aux éditions Hachette

Enfin, j'ai arrêté d'acheter Rock & Folk à la fin des années quatre-vingt mais je les ai tous lus. J'ai commencé à l'acheter en 75 et j'ai acheté les anciens numéros et Garnier, de toute façon, est parti aux États-Unis en 75 et tout ce qu'il a pu écrire de 75 à 80 dans Rock & Folk je conserve ça. (...) En fait, je crois que ce que je préfère dans Garnier c'est quand il parle de cinéma et pas quand il parle de musique. Il a fait énormément d'articles sur Hollywood dans les années 70."

Une deuxième série de personnes évoque plutôt la presse en général que des journalistes particuliers voire d'autres blogs. Véza -comme Philippe l'a déjà fait- cite ainsi la presse musicale, moins comme une influence stylistique que comme une incitation.

FR : "Vous avez l'impression que la presse rock vous a influencé ?

Véza : Ouais c'est possible, elle m'a influencée dans le sens que c'était grâce à ça que je cherchais de nouveaux groupes. Mais c'est vrai que oui le fait de voir, enfin c'est ça qui m'en a donné l'idée, simplement c'est de voir qu'on pouvait chroniquer les albums, les concerts. Chacun pouvait le faire, surtout avec Internet."

Ajoutons que lorsqu'elle était au lycée Véza a écrit des chroniques de concerts pour un journal rédigé par les élèves et qu'elle a également participé à une radio.

Rolf revendique explicitement certains journaux comme des modèles éditoriaux ainsi que le site Yahoo.

FR : "T'avais des modèles ? Des inspireurs, des sites français ?

Rolf : Je serais menteur si je disais le contraire mais on s'inspire tous de quelque chose. J'avais surtout des modèles français de presse écrite parce que je fantasmais beaucoup sur la presse écrite et voilà, les Inrocks étaient pour moi quelque chose de fabuleux. Quels journaux français ? La plume de Chronic'Art²⁰, mais plutôt la version en ligne, me plaisait beaucoup. (...) Voilà, c'était plutôt à la base des journaux culturels et après, moi sur Internet, mon plus gros fantasme c'était cette agrégation de news que peuvent avoir des Yahoo par exemple. Quand on va dans Yahoo actualités où on voit des fils de news toutes à fait hallucinants, je rêvais de faire ça et de le décliner : c'est un peu compliqué et ils ont un peu plus de moyens que nous pour le faire."

Carmen parle quant à elle d'autres blogueurs et blogueuses et insiste sur l'autorité qu'un style original confère à son auteur.

FR : "Il y a des choses qui vous ont inspiré je veux dire ?

Carmen : Je sais qu'il y a des blogueurs qui écrivent magnifiquement bien, magnifiquement bien parce que bien documenté. G... par exemple ou Patrick de *Dico* quand il parle de quelque chose, on sait qu'ils savent de quoi ils parlent et c'est ça que je trouve vachement bien. Après, au niveau du style il y a une blogueuse (...). Alors j'aime pas la manière dont elle écrit mais c'est très caractéristique, on sait que c'est elle qui écrit. Elle, elle est vraiment vulgaire, bon c'est son choix voilà c'est comme ça, un côté un peu burlesque, pin up, mais voilà elle a vraiment son style. Et je trouvais ça vachement bien parce que du coup on l'identifie vachement bien et elle sort du lot."

Bertrand pense avoir été marqué à la fois par d'autres blogueurs et par des écrivains américains dont Lester bangs, une des figures du journalisme rock des seventies et dont Arnaud a également parlé.

Bertrand : "Alors ça, on est toujours un peu obligés, parce que lorsque on lit d'autres chroniques, on a des expressions qui nous marquent sur le coup et après, inconsciemment, sans s'en rendre compte on va réutiliser l'expression, on réutiliser le mot etc. (...) Et sinon à part ça comme modèle j'ai eu aussi des

²⁰ <http://www.chronicart.com/>

modèles littéraires, en fait un des modèles qui je pense a influencé mon modèle d'écriture, c'est... Je pense à Lester Bangs qui était chroniqueur de rock, vous connaissez sûrement, et j'avais lu certaines de ses chroniques et ça m'a beaucoup marqué.

FR : En anglais ?

Bertrand : Non, c'était traduit en français. Et c'était une période aussi où j'étais pas mal dans ce genre de littérature, enfin je lisais pas mal de Bukowski, de comment y s'appelle déjà ? Kerouac, enfin tout ce qui était Beat Generation. Cette période-là avait assez influencé mon style où j'ai commencé à écrire beaucoup plus crûment, avec un peu de vulgarité. Et après ça m'est passé un peu, de temps en temps ça m'arrive, mais pour le modèle oui, c'est quelque chose qui avait un peu influencé mon style à un moment."

Un troisième et dernier groupe -très largement majoritaire- ne se reconnaît pas véritablement de modèles. Ainsi Poc qui a même tendance à mettre à distance son background de musicologue.

Poc : "Je n'ai pas vraiment de modèles d'écritures littéraires... Il y a beaucoup d'écrivains que j'adore mais je ne cherche absolument pas à m'en inspirer pour écrire des chroniques. Quant au vocabulaire musicologique ou même "musical", j'essaie d'éviter le plus possible, je veux pouvoir être compris par des gens qui ne sont pas des spécialistes ou des musiciens"

Comme Poc, et alors même qu'il s'est explicitement situé dans une démarche littéraire, Patrick prône une attitude ouverte, pragmatique et ne souhaite pas particulièrement se situer dans une filiation.

Patrick : "Je n'ai pas vraiment de modèles d'écriture, il n'y a pas très longtemps il y a eu une série d'articles sur : "Comment chroniquer un disque" auquel j'ai participé qui avaient été lancés par Nina du *Ninablog* où elle demandait à plusieurs blogueurs comment ils chroniquaient un disque. Moi j'avais répondu un peu pour m'amuser en faisant croire que j'avais un process défini parce que je trouvais ça marrant. Dans la réalité je n'ai pas vraiment d'angle et j'en ai de moins en moins."

En écho à ce que vient de dire Patrick, Scratch m'a signalé que les recommandations/prescriptions de Nina ont d'ailleurs déclenché des discussions vives entre blogueurs (euses) sur Twitter. Je reviendrai plus loin, en et détail, sur ce que les membres du panel disent de leurs façons de rédiger leurs papiers.

Comme on vient de le voir, l'enquête fait apparaître trois "trajectoires d'écriture" différentes.

- La première concerne des personnes qui écrivaient de façon régulière -notamment de la fiction ou de la poésie- avant de bloguer. Plusieurs d'entre elles ont noté que le blogging leur fournissait un cadre adéquat les incitant à écrire quotidiennement d'autant plus que les réactions de leur lectorat les encourageait à persévérer.
- En ce qui concerne le deuxième groupe, écrire régulièrement a plutôt été motivé par le désir de discuter de ses passions (pour la musique ou d'autres sujets) et de rencontrer des gens. Ce n'est que dans un deuxième temps, et grâce notamment aux différentes plate-formes de discussions et au courrier électronique, que s'est instituée une pratique régulière de l'écriture. En d'autres termes, c'est le Web qui a incité ces personnes à écrire.

- Si ce dernier point est également vrai pour le troisième et dernier groupe, celui-ci a comme caractéristique de considérer les textes comme moins (ou pas du tout) centraux. C'est notamment le cas de la plupart des animateurs de blogs d'albums de ce panel qui s'en remettent plus volontiers aux pochettes de disques et aux indications biographiques (souvent piochées sur la Toile) qu'à des textes à vocation littéraire.

L'examen des choix en matière d'hébergement* va nous permettre de saisir encore un peu plus cette position spécifique des blogueurs d'albums.

3 Choix d'un hébergeur et politique éditoriale

En effet, le choix d'une plate-forme d'hébergement découle en grande partie de la "logique d'écriture" dans lequel on s'inscrit. Trois possibilités s'offrent en effet à l'internaute qui désire créer un blog.

- Adopter une plate-forme gratuite de blogging et, dans ce cas, laquelle choisir ?
- Adjoindre à une plate-forme gratuite de blogging un nom de domaine (par exemple : "le blog de francois.com") et un espace loué chez un hébergeur sur lequel on pourra, par exemple, déposer des fichiers.
- Ouvrir et concevoir un site Internet comprenant également un nom de domaine et un espace de stockage.

a) Blogspot

De ce point de vue, le premier fait marquant est le recours à la plate-forme de Google (que l'on appelle Blogspot ou Blogger) par la totalité des blogs d'albums du panel, choix que l'on retrouve très largement à l'échelle internationale²¹. Pourquoi en est-il ainsi ?

Une première série de réponses montre que les blogs déjà existants ou les personnes qui ont incité les blogueurs d'albums du panel à se lancer dans l'aventure utilisaient précisément cet hébergeur.

FR : "Qu'est-ce qui vous a amené à choisir Blogspot ?

Pierre (blogs d'albums *Pierreàfeu*, *Chandelles* et *Doggysound*) : Ceux que j'aimais étaient Blogspot... Plus, quand vous êtes sur Blogspot, vous êtes indexé 20 secondes après avoir publié. Blogspot = Google

FR : Est-ce vraiment un critère déterminant pour avoir choisi cette plate forme ? pour vous, je veux dire ?

Pierre : Ah oui, à l'époque il n'y avait pas grand chose... WordPress*... Mais je n'ai jamais aimé WordPress... ça faisait planter IE**

De façon similaire, Krüger (du blog d'albums *Imperialbedroom*) explique qu'il a adopté Blogspot parce qu'à la suite d'un papier dans *Télérama* en 2006 il a découvert le webzine *Babel* qui, à son tour, lui a ouvert les portes des blogs d'albums. Or, comme les personnes rencontrées à cette époque sur des forums ou des blogs utilisaient Blogger il a fait de même.

Du côté des blogzineurs (euses), le choix de Blogspot est plutôt pragmatique. Ainsi Pénélope, animatrice du blogzine *Handmade*, justifie le choix de Blogspot eu égard à sa simplicité.

FR : "Votre premier blog (...) c'était sous quelle plate-forme ?

Pénélope : Alors, la toute première je crois que c'était Live Journal*, c'est quelque chose qui n'est plus très viable aujourd'hui, en France en tout cas. Ensuite j'ai utilisé la plate-forme blog de MSN. Je me souviens plus très bien comment ça s'appelait, MSN Space ou Space live quelque chose comme ça et puis après je suis passée sur Blogspot qui est ma plate-forme actuelle.

FR : Pourquoi vous avez choisi cette plate-forme-là ?

²¹ Une observation régulière de la plate-forme d'agrégation de blogs d'albums de nombreux pays *Totally Fuzzy* permet en effet de mesurer la domination de Blogger dans ce monde <http://totallyfuzzy.blogspot.com/>

Pénélope : Elle m'avait semblé simple, en tout cas pratique. Je ne suis pas une grande praticienne de l'informatique, donc plus c'était simple mieux c'était, voilà..."

Patrick qui anime les blogzines *Dico et ...* (le premier à titre personnel et l'autre pour le compte d'une marque d'alcool qui sponsorise des événements musicaux) explique son choix par le souci de se distinguer des autres blogzines.

FR : "Qu'est-ce que vous utilisez comme plate-forme pour vos sites ?

Patrick : Alors, les deux sites sont sur Blogger, c'est un peu un défi personnel, entre guillemets, parce que comme tout le monde était sur WordPress j'ai eu envie pour des questions techniques de prouver que l'on pouvait faire un blog professionnel sur Blogger. Donc voilà, je me suis lancé sur Blogger et aujourd'hui je suis plutôt content parce que j'ai un rendu qui ressemble vraiment à du WordPress et qui fait pro. Maintenant ce n'est pas officiel mais je suis en train de bosser sur une version avec migration sur WordPress pour 2010."

Trois autres blogzineurs (respectivement Scratch, Luc et Jonas) qui utilisent également Blogspot recourent néanmoins à Free.fr* afin, d'une part, de pouvoir héberger des fichiers (textes, images et mp3) et, d'autre part, d'avoir leur propre nom de domaine*.

FR : "Qu'est-ce que vous utilisez comme plate-forme ?

Luc (du blog *Scope*) : J'utilise Blogger mais je m'héberge chez un compte Free gratuit

FR : Donc là le compte Free sert à uploader du contenu c'est ça ?

Luc : Les deux, le blog est publié sur une adresse Free, mon adresse est une adresse Free, j'utilise Blogger parce que, dès l'origine j'ai utilisé Blogger et j'y suis resté voilà... Donc, j'ai commencé en 2002 et les outils étaient pas ceux qu'on trouve maintenant ou même qu'on a pu trouver à partir de 2003-2004 donc c'était extrêmement limité et voilà j'ai utilisé Blogger et j'y suis resté et je vais peut-être changer cette année." (*Luc a effectivement migré début 2010 sur WordPress FR*)

b) WordPress

De fait, du côté des blogzines c'est plutôt Overblog et surtout WordPress qui sont les plus représentés. Comme l'a évoqué Patrick plus haut, la plate-forme WordPress est créditée d'une grande maniabilité car on peut y développer une identité visuelle spécifique, organiser ses rubriques à sa guise et de façon relativement intuitive.

FR : "C'est votre ami qui a choisi la plate-forme sur laquelle vous bloguez ? Il s'agit d'un site web spécifique avec un nom de domaine n'est-ce pas ? Est-ce vous qui avez conçu le layout et qui gérez le site au jour le jour ?

Nina (du blog *Ninablog*) : *Mon ami avait créé un blog sur la plate-forme Haut et Fort (...) ça a pris deux minutes*²². Ensuite je suis passée à WordPress qui permet de personnaliser... absolument tout. Mon ami (qui était mon petit ami de l'époque, on a rompu) ne m'a dès lors plus aidé et j'ai donc conçu le layout (à l'aide d'un thème pré-conçu, que j'ai largement bidouillé/massacré mais qui tient toujours debout), géré le site toute seule, etc." (c'est moi qui souligne)

Pour la blogzineuse Isabelle (du blog *Sanstoiniloi*), la simplicité et la plasticité de WordPress ont fait la différence.

FR : "Qu'est-ce que vous avez pris comme plate-forme ?

22 <http://www.hautetfort.com/>

Isabelle : WordPress

FR : Est-ce qu'il y a une raison particulière ?

Isabelle : Heu, parce que j'ai essayé de m'inscrire sur Blogger et je trouvais que c'était déjà plus compliqué tout bêtement (rires) et WordPress c'était vraiment très facile comme interface pour une première utilisation et y'a beaucoup de propositions de fond et de mises en formes"

Même type de raisons pour Poc (du blogzine *Playloud*) :

FR : "Vous aviez choisi d'emblée OverBlog ? Comment ?

Poc : J'ai regardé plusieurs plate-formes, les designs et fonctionnalités proposés par OverBlog m'avaient l'air pas mal (et il était en français...)"

Alexandre justifie son choix par le fait que cette plate-forme est néanmoins compatible avec le fait d'utiliser un nom de domaine et une adresse URL* où l'on peut faire figurer le nom de son propre site. Ce registre d'explication -déjà mentionné plus haut- est revenu à plusieurs reprises.

FR : "Pas de Blogspot ?

Alexandre : Non, ma copine a un Blogspot mais moi non, du tout, heu, je sais pas pourquoi, c'est plus par conviction. Je pense que Dotclear ou WordPress c'est plus maniable, on peut changer d'interface plus facilement, on n'a pas la petite barre en haut de Blogger qu'il y a dans Blogspot et, heu, aussi le fait de pouvoir m'acheter un nom de domaine et de pouvoir y mettre son nom sans identité Blogspot."

En ce qui concerne les webzines du panel, on remarque que *GéantsVerts* est également hébergé par Wordpress alors que *Pressbuton*, *Babel* et *Classica*, *Nickelodéon* louent un espace chez un hébergeur et -pour trois d'entre eux- recourent à du langage non propriétaire (open source*) pour leurs sites. On notera au passage que la construction de ces sites Web -qu'il a fallu créer, organiser et gérer- a souvent été possible parce qu'un des membres de ces collectifs possédait des compétences informatiques et/ou le temps nécessaire.

c) Ergonomie et contenus des blogzines/webzines et des blogs d'albums

Lorsque l'on observe les mises en page et l'organisation générale de l'espace des webzines et des blogzines on s'aperçoit de nombreux points communs et en particulier le fait de recourir à des rubriques. Celles que l'on trouve par exemple sur le blogzine de Patrick comprennent des chroniques de disques, de films, de livres, de BD, de séries TV et de jeux vidéos. À cela viennent s'ajouter des compte-rendus de concerts (*live reports*), d'expositions, des bilans rétrospectifs des mois ou années écoulés, des news et une page dédiée à l'écoute de morceaux,. Dans d'autres blogzines on trouve aussi des rubriques consacrées à des disques anciens (Nina), des tests d'appareils et de gadgets (notamment Isabelle et Carmen), des petits concours (Franck) etc. Du côté des webzines, le nombre de rubriques est souvent encore plus diversifié et foisonnant notamment parce qu'en plus des thématiques qui viennent d'être mentionnées, chaque webzine ajoute des innovations qui lui sont spécifiques : chroniques, billets et éditoriaux personnalisés, vidéos de concerts organisés par la plate-forme, rubriques en images etc. Conséquemment, le choix de développer soi-même son site Web ou d'adopter des plate-formes type WordPress ou Overblog s'explique par la nécessité de *personnaliser* l'ergonomie en fonction de ses besoins spécifiques.

Figure 1 : La page d'accueil aux multiples entrées du blogzine de Nina

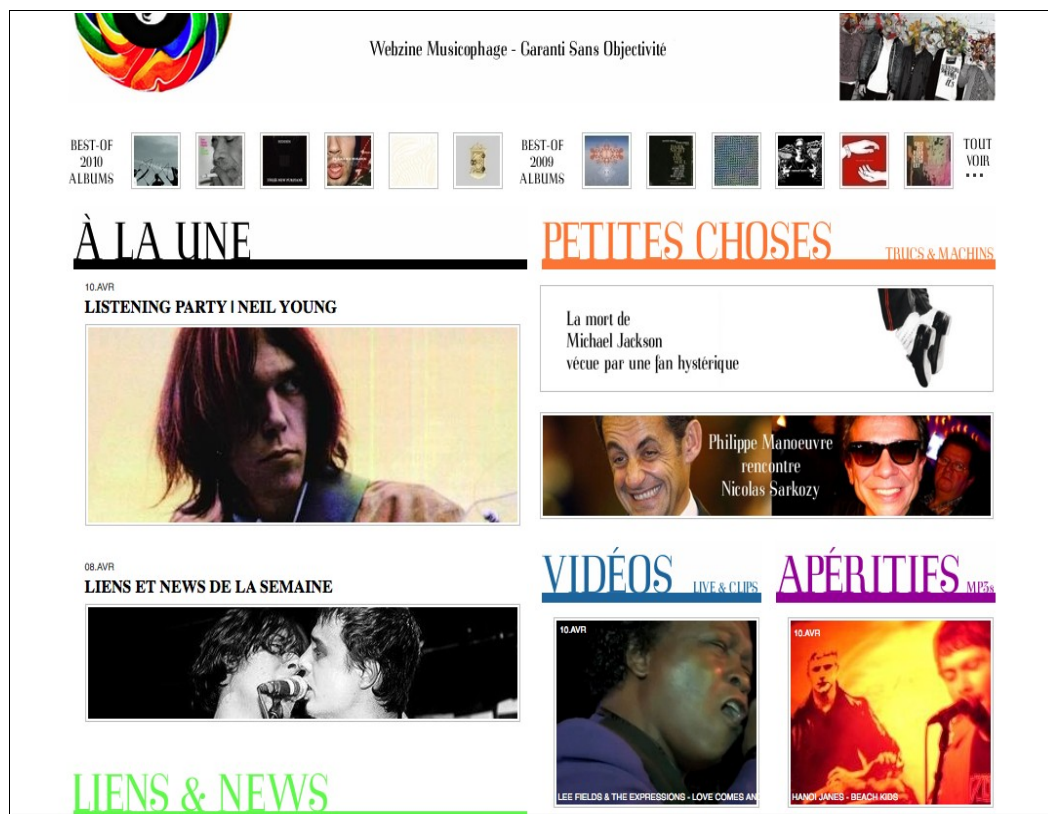
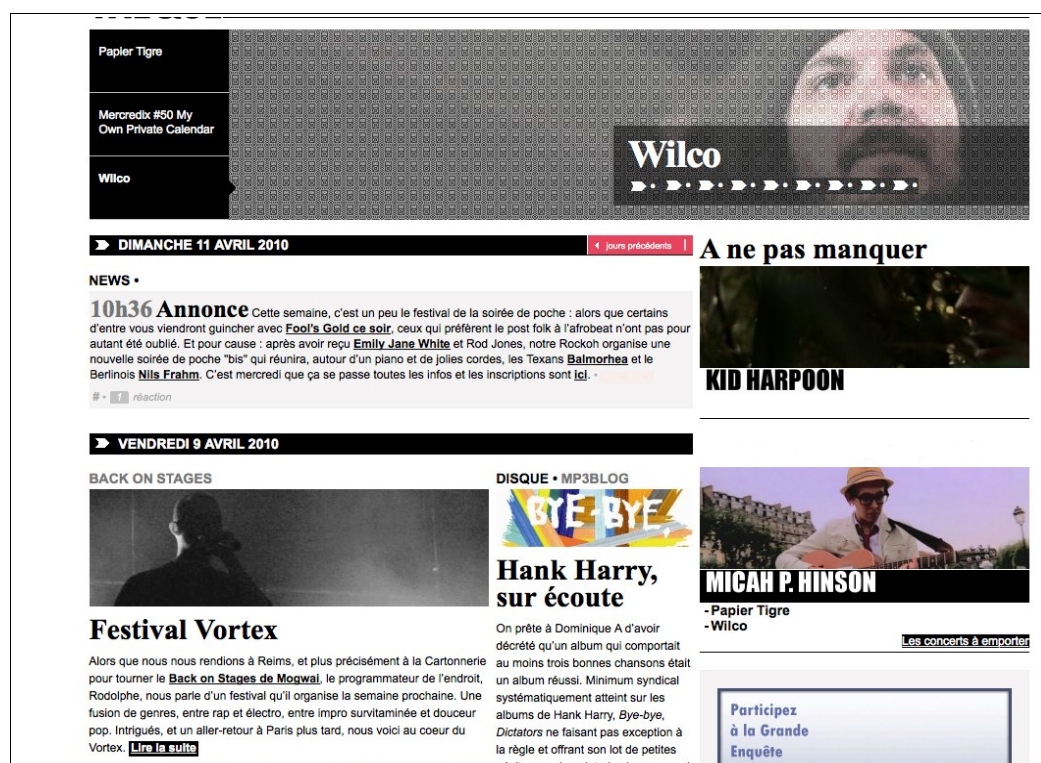


Figure 2 : La page d'accueil du webzine *Babel*²³



23 Pour des raisons de confidentialité, certains textes ont été enlevés de cette page

Figure 3 : la page d'accueil du blog d'albums *8 days in april* hébergé par Blogspot et présent sur la Toile depuis 2005. Ce type de présentation se retrouve sur la plupart des blogs d'albums.



Comme le montre la comparaison entre les figures 1, 2 et 3, la mise en page des blogzines et webzines -qui rappelle bien évidemment la presse écrite- est assez éloignée de celles des blogueurs d'albums pour qui l'interface épurée de Blogger semble -la plupart du temps- amplement satisfaisante. Dans la mesure où les blogs d'albums se concentrent sur la mise en ligne de disques, s'intéressent peu à "l'actu" des concerts et n'ont donc pas besoin d'un layout multi-tâches. Leur originalité vient moins du style pictural et scriptural de leur blog que de leur capacité à faire de leur culture musicale un atout : trouver et mettre à disposition des musiques de segments spécifiques (Pierre), exhumer un style particulier (Laurent), soutenir un genre musical minoritaire (Duno avec le jazz) ou encore couvrir à la façon d'une encyclopédie un très large spectre musical (Francis). Ainsi, Laurent explique qu'il a consacré son blog aux raretés du rock français des années soixante à quatre-vingt après s'être rendu compte que son premier blog ne se distinguait guère d'autres déjà existants et plus renommés. Dans un même ordre d'idées, Pierre, qui anime pas moins de trois plateformes et s'exprime le plus souvent en anglais, propose (notamment grâce à des collectionneurs qui lui envoient des rips* de vinyles introuvables) des raretés synthétiques des années soixante-dix, des musiques de films, de la musique au mètre* et ses propres compositions. Duno poste un grand nombre de disques récents de jazz moderne²⁴.

24 Cette propension à poster des disques récents lui a probablement valu de voir son blog fermé par Blogspot. Duno avait d'ailleurs envisagé cette éventualité dans un message d'alerte (relevé le 18 avril 2010) déposé en haut de sa page

De même, la singularité du blog de Francis tient au fait de poster quotidiennement plusieurs disques de tous styles (jusqu'à dix certains jours) depuis 2006 et de les accompagner de chroniques en anglais. D'une façon générale, la dimension patrimoniale des blogs d'albums est très marquée et même si certains customisent leur layout (par exemple la page d'accueil de *Galloties* qui comporte un logo original conçu par Laurent) leur singularité s'exprime essentiellement *par le choix des* disques qu'ils proposent de télécharger. De façon significative, les visiteurs des blogs d'albums et des blogzines s'expriment en conformité avec les chartes générales de ces types de plate-formes. Si l'on ne saurait considérer l'exemple ci-dessus comme une généralité, il n'en traduit pas moins une relation différente à la musique et à l'écriture. Les deux commentaires reproduits ci-dessous proviennent respectivement des pages de commentaires du blogzine de Luc et du blog d'album de Krüger. L'internaute qui dépose un commentaire élogieux dans le blogzine *Scope* (figure 4) rend hommage à la qualité littéraire d'un texte consacré à l'album *Secondhand Daylight* du groupe Magazine tout en sous-entendant qu'il (elle) n'apprécie pas forcément. Par contre, le commentaire déposé dans *Imperialbedroom* par un autre internaute (figure 5) est clairement orienté vers une connaissance érudite, plus "historiographique" du style musical auquel se rattache le disque posté par Krüger. Autre différence, là où les blogzineur Luc ne propose qu'un seul extrait en écoute ("back to the nature") le blogueur d'album Krüger met un disque complet en téléchargement et deux mp3 en écoute.

Il arrive d'ailleurs communément à ce dernier de mettre bien plus d'extraits en écoute. Même s'il est vrai que ces deux blogueurs ont en commun de mobiliser des disques afin de "faire parler" leurs souvenirs et leurs expériences personnelles, le blogueur d'album a plutôt tendance à s'effacer derrière la Musique (avec un grand M) tandis que l'autre -qui bien sûr l'aime tout autant- l'utilise plutôt comme une sorte de plate-forme sensorielle lui permettant d'exprimer ses états affectifs et de déployer son style. D'une certaine façon, la présence moindre du signal audio sur son site renvoie à l'accent mis sur l'écriture et c'est très exactement ce que confirme le blogzineur Jonas lorsqu'il s'explique sur son choix de n'assortir ses critiques musicales que de quelques mp3.

FR : "Qu'est ce qui vous amène à ne mettre que des extraits des disques dont vous parlez. J'ai trouvé des liens YouTube, du Deezer notamment et pas les albums complets ?

Jonas (blogzine *L'œuf*) : Je ne sais pas du tout. L'envie de proposer quelque chose d'incitatif, je crois. Et puis peut-être une certaine vanité : *je me dis qu'on vient pour me lire*, pas pour écouter des extraits qu'on peut trouver n'importe où ailleurs. Donc je laisse un extrait pour que les gens puissent voir de quoi il s'agit, mais je les considère comme assez grands pour approfondir s'ils le veulent." (C'est moi qui souligne)

Les figures 4, 5, 6 et 7 documentent, dans des registres différents, comment les différences de mise(s) en page renvoient effectivement à des différences éditoriales.

d'accueil : "IMPORTANT !

"La Digital Millenium Copyright Act (DMCA)* me demande (par l'intermédiaire de l'hébergeur) de plus en plus souvent de supprimer des liens, vous l'avez peut-être déjà constaté. Ils me demandent aussi de supprimer certains des titres en écoute (chez Dropbox). Je risque de voir ce blog supprimé sans préavis par "blogspot.com", si ça arrive jetez un oeil sur le texte que j'ai inséré dans les fichiers Rar, pensez à le lire..."

Afin de clarifier ses intentions, Francis a -comme un grand nombre de blogueurs d'albums le font- inséré un avertissement en haut à droite de sa page d'accueil. Rédigé en anglais comme l'ensemble du blog, le texte précise que la mise à disposition de disques disponibles dans le commerce vise à favoriser leur découverte. Après quoi, Francis incite les visiteurs à acheter les disques afin de soutenir les artistes. Dans un même ordre d'idées, le texte précise : "Golfload's goal is to share music which is usually not spotlighted by the mainstream media". Autrement dit, l'objectif de ce blog est de partager de la musique qui ne bénéficie pas normalement du soutien des médias.

Figure 4 : ci-dessous, commentaire à propos d'un texte du blogzineur Luc consacré au disque *Secondhand Daylight* (1979) du groupe anglais Magazine et la réponse de Luc

H on 17 février 2010 at 22 h 57 min

la musique je sais pas, mais ton texte est magnifique – en tout cas dans l'endroit qui nous fait mal à nous tous (c'est pas la 1ère fois) – en 79 j'étais plein trip free jazz, François Jeanneau, les synthés Openheimer, le violoncelliste Jean-Charles Capon

Répondre

Luc on 17 février 2010 at 23 h 19 min

Le jazz, free ou non d'ailleurs, est venu plus tard, sur la 2ème moitié des eighties, je crois que c'était une manière de revenir sur les rails. (tu ne pouvais pas écouter le morceau? Le lecteur ne s'afficherait-il pas sous Mac ?).

Figure 5 : ci-dessous, le commentaire d'un internaute à propos du disque de Stella Chiweshe *Talking Mbira Spirits* (2002) posté par le blogueur d'album Krüger et sa réponse

2 commentaires :

J. B a dit...

Merci pour ce post. Pour compléter, voici un article sur l'histoire du Zimbabwe en musique:

<http://mondomix.com/blogs/samarra.php/2009/04/08/histoire-du-zimbabwe-en-musique>

Cordialement.

J.B.

1/11/2010 10:47:00 AM

Krüger a dit...

Merci beaucoup pour ce complément.

Ça me fait penser à ne pas oublier mon appel sur cet autre artiste du Zimbabwe.

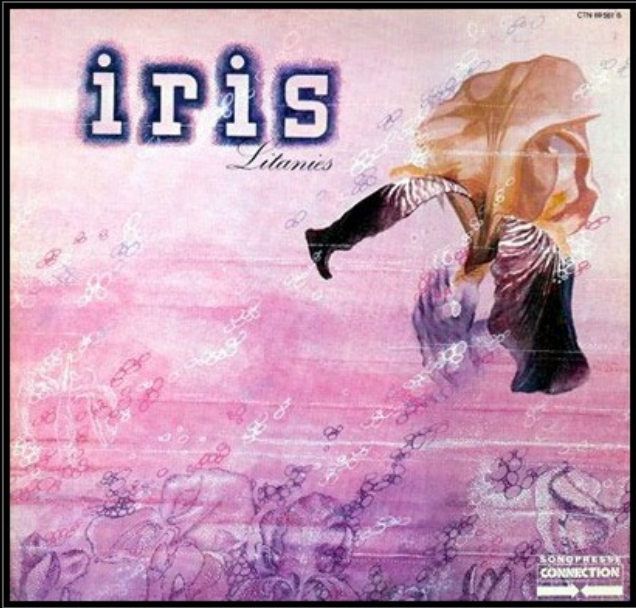
1/11/2010 11:36:00 AM

Figure 6 : Ci-dessous, deux exemples de messages postés sur le blog d'albums *Galloties* de Laurent.

Comme on peut le voir dans la figure 6 ci-dessous, le message comporte la date de publication, le titre de l'album et le nom du groupe, le recto de la pochette de l'album, une indication du style musical ("psyché prog rock"), la tracklist (la liste des morceaux) et un lien de téléchargement où est rappelée l'année de publication du disque. En dessous, le pseudonyme (NLZ) de celui qui a publié le message, la référence de publication et les libellés 70's, Iris, rock. Ces mots-clés (en anglais tags*) sont regroupés en trois rubriques (année, artiste, genre musical) dans la barre de droite juste au-dessous de la liste des liens vers d'autres sites.

LUNDI 15 FÉVRIER 2010

IRIS - LITANIES (1972)



Psyché prog rock.

- 01 - Chrysalide
- 02 - Jus de Citron
- 03 - Donnez moi de l'eau
- 04 - Songe
- 05 - Oracle
- 06 - Decadence
- 07 - Ballade pour une Minette Plastique
- 08 - L'Etoile Artificielle
- 09 - Le Livre de Litanies

Lien : Iris - Litanies (1972)

PUBLIÉ PAR NLZ À L'ADRESSE 05:45

LIBELLÉS : 70'S, IRIS, ROCK

BLOGS VIDEO

My duck is dead
The Incredibly Strange Film Show
Season 01 Episode 06 - Sam Raimi (1988)
Il y a 1 mois

Zone Docs
ALLO POLICE - MANU BONMARIAGE (STRIP-TEASE 1987)
Il y a 5 mois

Recherche par Année ▾

Recherche par Artiste ▾

Recherche par Genre ▾

BLOGS MUSICAUX

36 15 Moog

Alainfinkielkrautrock

Alice Rabbit

Cozmic Place

Ezhevika Fields

Fantasmic Macchina

Fm Shades

Lakasafunk

L'Humanité Déchue

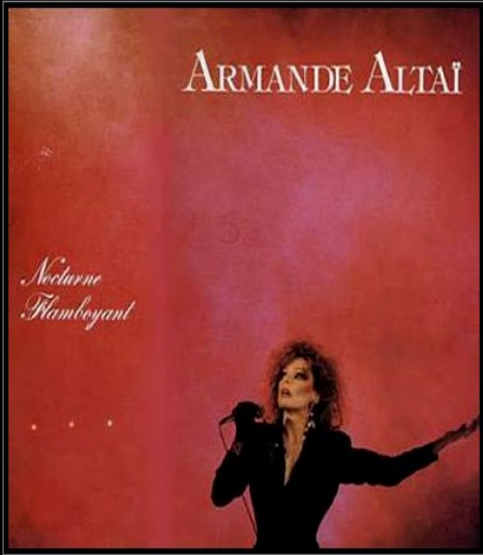
Music From The Third Floor

Figure 7

Dans la figure 7 ci-dessous, les mêmes types d'indications sont complétés par un court texte : “Notre Nina Hagen nationale n'avait vraiment rien à envier à son homologue allemande. Enfin, Armande Altaï est loin d'être une simple copie, c'est avant tout une voix et des choix musicaux étonnants (n'oublions pas qu'elle a gravité autour de la planète Zeuhl*).” Il n'est pas rare que les blogueurs d'albums accompagnent leur messages de textes qui proviennent de sites dédiés à l'histoire d'un genre musical ou qui centralisent des notices biographiques sur des artistes.

MARDI 24 NOVEMBRE 2009

ARMANDE ALTAÏ - NOCTURNE FLAMBOYANT (1983)




Notre Nina Hagen nationale n'avait vraiment rien à envier à son homologue allemande. Enfin, Armande Altaï est loin d'être une simple copie, c'est avant tout une voix et des choix musicaux étonnants (n'oublions pas qu'elle a gravité autour de la planète Zeuhl).

- 01 - Zehra
- 02 - L'Esclave Endormi
- 03 - Balance-toi Lola, seule sous la Luna, nue dans les Lilas
- 04 - Ciel d'Hiver
- 05 - Individuel
- 06 - Rêve sans Retour
- 07 - Nocturne Flamboyant
- 08 - Vagues d'Azur


Lien : [Armande Altaï - Nocturne FLamboyant \(1983\)](#)

PUBLIÉ PAR NLZ À L'ADRESSE 02:00
LIBELLÉS : 1983, ARMANDE ALTAÏ, NEW WAVE

BLOGS VIDEO



My duck is dead
The Incredibly Strange Film Show
Season 01 Episode 06 - Sam Raimi (1988)
Il y a 1 mois



Zone Docs
ALLO POLICE - MANU BONMARIAGE (STRIP-TEASE 1987)
Il y a 5 mois

Recherche par Année

Recherche par Artiste

Recherche par Genre

BLOGS MUSICAUX

[36 15 Moog](#)
[Alainfinkielkrautrock](#)
[Alice Rabbit](#)
[Cozmïc Place](#)
[Ezhevika Fields](#)
[Fantasmi Macchina](#)
[Fm Shades](#)
[Lakasafunk](#)
[L'Humanité Déchue](#)
[Music From The Third Floor](#)
[Mutant Sounds](#)
[Old Melodies](#)

48

Tableau n° 4 : type d'hébergement des plate-formes

Nom du site	Personne	Type de site	Hébergeur	
ImperialBedRoom	Krüger	blog album	Blogspot	
Galloties	Laurent	blog album	Blogspot	
Golfload	Francis	blog album	Blogspot	
Pierreàfeu	Pierre	blog album	Blogspot	
Chandelles	Pierre	blog album	"	
Doggysound	Pierre	blog album	"	
Swinglow	Duno	blog album	Blogspot	
Discogood	Alexandre	blogzine	WordPress	
Ressence	Franck	blogzine	WordPress	
Ninablog	Nina	blogzine	WordPress	
L'Oeuf	Jonas	blogzine	Blogspot	
PlayLoud	Poc	blogzine	Overblog	
DICO	Patrick	blogzine	Blogspot	
...	Patrick	blogzine	"	
Petula	Carmen	blogzine	WordPress	Précédemment sur Overblog
Aujourd'hui	Carl	blogzine	Overblog	
sanstoiniloi	Isabelle	blogzine	WordPress	
Beachblog	Michel	blogzine	Site	
Véza	Veza	blogzine	Overblog	
milkshakes	Scratch	blogzine	Blogspot	
Scope	Luc	blogzine	Blogspot	A migré sur Wordpress
Handmade	Pénélope	blogzine	Blogspot	
GéantsVerts	Rolf	webzine	WordPress	
Pressbutton	Arnaud	webzine	Site	
Babel	Pénélope	webzine	Site	
IndéActu	Andy	webzine	Site	
Classika	Mathias	webzine	Site	Passage vers WordPress ou Joomla envisagé
l'hommeLete	Jonas	webzine	WordPress	
Nickelodéon	Alexandre	webzine	Site	
Autoban	Bertrand	forum/webzine	Site	
Garogorille	Frédéric	forum	Site	
Garogorille	Krüger	forum	"	
Metalardent	Kevin	forum/webzine	Site	

Le tableau ci-dessus montre que les blogzines et webzines adoptent plus volontiers des plate-formes de blogging de type WordPress ou Overblog (présentées comme maniables) ou encore fondent leur propre site. Dans ce dernier cas, il est nécessaire de s'adjoindre les services de personnes capables de concevoir et développer un site et de l'administrer ou bien d'apprendre à effectuer ces opérations. En ce qui concerne les blogs d'albums c'est Blogspot qui prédomine et du côté des forums, il faut également construire un site spécifique.

Tableau n° 5 : types de fichiers mis à disposition par 27 plate-formes du panel, analysés à partir du balayage des codes source*²⁵

Type de site	Personne	Nom du site	Megaupload	Rapidshare	mp3	rar	zip
blog d'albums	Krüger	Imperialbedroom	8	37	35	31	1
blog d'albums	Francis	Golfload	10	78	7	66	4
blog d'albums	Laurent	Galloties	2	3	2	1	1
blog d'albums	Pierre	Pierreàfeu	16	413	11	23	19
blog d'albums	Pierre	Chandelles	6	411	18	23	12
blog d'albums	Pierre	Doggysound	12	293	21	36	19
blog d'albums	Duno	Swinglow	12	550	215	105	1
blogzine	Franck	Ressence	1	2	28		
blogzine	Nina	Ninablog	4		904	1	10
blogzine	Jonas	L'œuf	2	4	12		
blogzine	Patrick	Dico			5	1	
blogzine	Patrick	...			6		
blogzine	Pénélope	Handmade			6		
blogzine	Carmen	Petula					
blogzine	Alexandre	Discogoods			1		1
blogzine	Carl	Aujourd'hui			8		1
blogzine	Isabelle	sanstoiniloi			2		
blogzine	Muchel	Beachblog			362		8
blogzine	Luc	Scope			10		
blogzine	Poc	Playloud	8	18	683	4	1
blogzine	Véza	Véza				3	
webzine	Alexandre	Nickelodéon			7		1
webzine	Rolf	Géantsverts		3	74		1
webzine	Arnaud	Pressbutton			58		7
webzine	Pénélope	Babel	5	14	1051	8	23
webzine	Andy	IndéActu	2	1	6450		12
webzine	Mathias	Classika			49		

Les données figurant dans le tableau n° 5 ci-dessus confirment la différence “de nature” entre blogs d'albums, d'une part, et blogzines et webzines, d'autre part. On constate en effet que les codes sources des blogs d'albums comprennent un grand nombre de fichiers pointant vers les hosters* *Rapidshare** et *Megaupload*, des sites qui sont utilisés pour déposer des albums complets par les blogueurs d'albums. De même, la concentration de fichiers comprenant les suffixes *.rar* et *.zip* sur les blogs d'albums indique que l'on est en présence d'albums dont tous les morceaux ont été compressés et réunis en un seul paquet. Ces différents mots clés sont pratiquement absents des blogzines et des webzines où à contrario figurent (parfois en très grand nombre) des fichiers mp3, c'est-à-dire des extraits d'albums en écoute et/ou en téléchargement²⁶. Dans un même ordre d'idées, les fichiers mp3 sont assez peu présents sur les blogs d'albums et notamment si on compare leur nombre avec les liens vers *Rapidshare* et *Megaupload* et/ou comprenant la mention *.rar* et *.zip*.

25 Données scannées en ligne en avril 2010 et mises en forme le 20/04/10. La méthodologie employée pour réunir ces données est expliquée dans l'annexe 2.

26 De façon significative, Pénélope désigne le blogzine *Babel* comme un “blog mp3”, non pas dans son acception en anglais qui signifie blog d'albums mais comme une plate-forme mettant à la disposition des internautes des extraits musicaux.

4 Comment et où écrit-on ?

Après nous être intéressés à la découverte du Web, à l'adoption d'une plate-forme et à sa physionomie, nous allons prêter attention à la fabrication au jour le jour des messages. Pour ce faire, j'ai donc demandé aux membres du panel -blogueurs (euses), blogzineuses (eurs), membres de forums et de webzines- comment elles (ils) rédigeaient leurs messages

a) Le plus souvent au calme et chez soi

Intéressons nous d'abord aux chroniques de disques et de concerts. Isabelle décrit avec précision sa méthode pour écouter un disque et décider si elle écrira à son propos.

FR : “Alors, comment vous procédez ?

Isabelle : Comment je procède, je l'écoute une première fois de manière la plus objective possible, l'idée c'est que j'écoute tout ce qu'on m'offre. (...) J'essaie de faire autre chose, totalement autre chose, type des tâches ménagères. Vraiment essayer d'être concentré sur tout autre chose et c'est la musique qui va venir me chercher. Et si elle vient me toucher, parfois ça arrive dès les premières notes, c'est-à-dire que là j'arrête de faire ce que je faisais et là je reste scotchée, je me mets à écouter, à m'en délecter. Jamais je n'écirai(s) quoique ce soit sur la première écoute, il y en aura toujours au moins une deuxième. Si la deuxième me plaît toujours pas il va aller dans une case, on verra plus tard. S'il m'a pas plu ni à la première et ni à la deuxième il va vraiment dans la case "bon je vais le donner à quelqu'un d'autre". (...) Ensuite, il y a ceux qui m'ont pas déplu à la première écoute, moyennement plus la deuxième, qui sont dans ce que j'appelle les disques un peu moyens (...): Donc eux, ils vont dans une case spéciale, la case "où on verra plus tard". Et y'a ceux qui me plaisent tout de suite, donc là il faut vraiment se forcer à pas écrire tout de suite, il ne faut jamais écrire sur une première impression, il faut le réécouter une deuxième fois et la troisième écoute ça va toujours être une écoute en shuffle (*fonction d'écoute aléatoire* FR). Je me force à faire ça parce que c'est comme ça qu'on vérifie si le travail provient du groupe ou de l'arrangeur. (...) Un excellent arrangeur peut vous rendre un disque à l'écoute génial. Il aura su agencer les titres de manière à ce que le disque coule de lui-même. Si on l'écoute en shuffle et que ça devient inaudible, vraiment fatigant, et c'est que là le groupe est pas si bon que ça. En revanche un groupe qui est vraiment bon, enfin selon mes critères, qui va vraiment me toucher tout le temps, quel que soit l'ordre dans lequel on va écouter le disque il va toujours être génial. Et ça c'est une grosse différence, je pense qu'il n'y a pas beaucoup de blogueurs qui s'astreignent à cette écoute-là, c'est la moins facile d'accès parce qu'on n'y pense pas forcément, y faut pas juste l'écouter sur son ordinateur ou piquer des mp3 je veux dire. Ça aussi c'est quelque chose que je ne fais pas, je ne télécharge pas illégalement, je prends seulement ce qu'on me donne. Et donc il faut s'astreindre à un autre geste qui est sortir le disque de son ordinateur, c'est-à-dire de là où on était concentré et aller le mettre dans la chaîne et c'est pas tout à fait pareil et le mettre en shuffle (...). C'est pas du tout la même chose que de l'avoir en mp3 qui crachouille sur un ordinateur avec des enceintes qui sont pas forcément bonnes, ou même au casque, c'est pas du tout pareil quoi. ”

Une fois la décision prise commence alors la rédaction. Presque toujours, c'est -comme la très grande majorité du panel- de chez elle qu'Isabelle travaille à ses chroniques.

FR : “Où est-ce que vous écrivez vos chroniques, vous utilisez uniquement un ordinateur ? Vous le faites de la radio ?

Isabelle : Jamais, je le fais de mon ordinateur, parce que je rédige sur Word. Parce que comme ce sont des chroniques un peu littéraires un peu soignées je... C'est pas juste un premier jet, ça m'est arrivé et là c'était pour un festival, je les ai écrites en brouillon directement sur mon site. (..) Je les rédigeais directement en brouillon sur le site, donc elles étaient sauvegardées. Mais j'aime pas trop faire ça parce que j'ai du mal à relire correctement.(...) C'est mieux mis en forme sous Word quand même. Même si c'est un outil très simple et je prends des notes à l'écrit dans un petit cahier, enfin j'ai toujours un cahier pour tout, qui ne me quitte pas, j'en ai des tonnes d'ailleurs j'adore ça.”

Bertrand qui collabore au site collaboratif *Autoban* comprenant un forum et une partie consacrée à des chroniques de disques ne procède pas exactement de la même façon qu'Isabelle même si il a en commun d'attendre qu'un disque "ne l'attrape".

FR : "Il y a combien d'écoutes d'un disque avant que... Il y a une moyenne ?

Bertrand : Je dirais que ça dépend un peu de l'hésitation que j'ai à chroniquer le CD (...) Souvent je vais l'écouter une fois, le laisser de côté et puis mon choix va plutôt se porter sur un autre CD, puis après une fois que j'aurais chroniqué le CD, je vais revenir sur la liste et je vais revoir ce CD là et je vais refaire une deuxième écoute ou je me dis : "ah ben tiens, peut être que ça va plus me parler aujourd'hui". En moyenne juste pour me décider de le chroniquer ou pas, je dirais deux, trois fois et après pendant la chronique elle-même le CD je le passe en boucle, donc."

Précisons que Bertrand écrit souvent directement dans l'interface administrateur* du site auquel il participe. Nina, qui écoute de nombreuses fois les disques avant de les chroniquer, rédige dans un espace dédié au blogging.

Nina : "J'écris dans l'interface admin, oui (...). Je blogue de mon lit

FR : Donc toujours à la maison ? Pas à l'extérieur avec un portable ?

Nina : Jamais à l'extérieur, il me faut de la chaleur, mon casque, de quoi boire et manger, du calme... Donc oui, toujours à l'appartement."

Écoutons maintenant comment Kevin qui participe au forum-Webzine *Metalardent* procède.

FR : "Je reviens à l'écoute des disques que tu chroniques, pourrais tu me décrire comment tu procèdes pour les écouter ? Où est-ce que tu écoutes ces disques ? computer, chaîne, transports?

Kevin : Euh, les trois en fait, j'écoute sur mon PC chez moi et au taf, j'écoute aussi dans la voiture. La chaîne j'écoutais beaucoup dessus avant, maintenant moins car je me suis mis à Deezer*, Youtube and co

FR : Est-ce que ça veut dire que tu écris des kros aussi du travail, de chambres d'hôtel avec un tel portable ?

Kevin : Non non, j'écris systématiquement de chez moi, sur mon PC portable (...) La rapidité d'écriture en elle-même c'est assez rapide, je passe entre une et deux heures sur mon papier, rarement plus. Ce qui est long c'est les écoutes de l'album sur lequel je dois poser des mots pour expliquer mes émotions."

Ce besoin d'intimité, de calme évoqué par Isabelle, Bertrand, Nina et Kevin est confirmé par Pénélope (collaboratrice de *Babel* et animatrice de son propre blog) lorsqu'elle évoque ses chroniques de concerts. Si elle note très vite ses premières impressions à l'issue des concerts, elle prend néanmoins le temps nécessaire pour exprimer ce qu'elle ressent.

FR : "Donc vous écrivez les papiers à l'intérieur de ça ou vous les écrivez avec un... ?

Pénélope : Non je les écris d'abord sur mon ordinateur sur un Word ou quelque chose comme ça, parce que, chez nous (il s'agit ici du webzine Babel FR), quand on écrit sur la plate-forme les chroniqueurs peuvent tous voir ce que l'on écrit, donc moi c'est un système d'écriture qui me correspond pas (...).

FR : Donc ça veut dire que vous mettez les articles dans le back office (l'interface administrateur de *Babel*) ?

Pénélope : Une fois rédigés oui voilà.

FR : Est-ce que vous pouvez me décrire un peu la façon dont vous écrivez ? C'est du direct ?

Pénélope : C'est généralement du direct, c'est vrai que les dernières choses sur lesquelles j'ai le plus écrit c'est quand même des concerts donc c'est vraiment un ressenti immédiat. Généralement je rentre chez moi et j'écris. Alors ça peut me prendre après trois jours de finir le papier mais, j'ai des idées que je pose sur le papier, des choses dont j'ai vraiment envie de parler voilà. Mais je me pose pas dans l'idée de faire une introduction, voilà, des petits points précis à détailler, je suis assez peu, je n'ai pas de méthode, je suis pas très organisée aussi."

De fait, la façon dont Arnaud -journaliste professionnel qui contribue au Webzine *Pressbutton*- écrit ses textes ne semble pas fondamentalement différente des usages précédents : recours à un traitement de texte, corrections et relectures, ajouts de liens puis dépôt dans l'interface administrateur du site.

Arnaud : "Généralement, moi j'écris mon papier sur Word ensuite je le dépose dans l'administration enfin je crée l'article.

FR : Vous ne l'écrivez pas directement dans le post ?

Arnaud : Cela peut m'arriver quand je suis très pressé. Il y a un fameux fantasme d'écriture sur Internet alors que l'on écrit simplement un papier sur Word et ensuite on le copie/colle dans le site. Ensuite on passe à la phase d'hypertexte, donc là, on met les liens que l'on a déterminé et insère des liens embed* sur des vidéos ou autres dans une seconde phase."

b) Urgence rock

À contrario de la plupart des récits précédents, le blogueur d'albums Francis rédige (en anglais) et poste *illico* ses textes.

FR : "Comment écrivez vous vos chroniques et sont-elles relues avant la publication ?

Francis : Toujours au débotté. Evidemment, je relis afin d'en expurger les coquilles et autres fautes de syntaxe par trop flagrantes mais le lien que j'entretiens avec la musique et ma connaissance relativement étendue de la chose (ceci dit sans prétention aucune) font que, digérant la musique très rapidement, je peux facilement "pisser de la copie"."

Façon similaire pour Pierre qui n'aime pas traîner.

Pierre : "Un blog ça se fait à l'arrache... Cinq minutes pour uploader l'album, cinq minutes pour faire le post (décrire le genre musical, recopier le tracklisting)... Et roule ma poule

FR : Les posts dorment un peu dans l'interface admin ou vous les postez aussitôt après les avoir confectionnés ?

Pierre : Personne ne dort dans l'interface admin, j'aimerais bien y dormir d'ailleurs. Nan ça m'énerve quand Blogspot ne poste pas tout de suite ce que j'écris"

Même besoin d'urgence pour Nina une fois les messages sont écrits.

Nina : (...) " Et je laisse rarement reposer les chroniques. D'ailleurs j'oublie parfois de me relire ! En fait j'écris beaucoup "dans l'urgence", avec un brouillon seulement dans ma tête, alors quand j'arrive à une chronique qui me plaît, j'ai envie de la partager tout de suite".

Jonas, dont le blogzine, *L'oeuf*, parle aussi bien de musique, de littérature, de films, de séries télévisés et même de politique combine urgence dans l'écriture et publication différée.

FR : “Pourriez vous me raconter comment est-ce que vous écrivez ? Cela dépend t-il des thématiques que vous abordez ? Vous travaillez dans l'interface admin ?

Jonas : Non, j'écris sur le bloc-note de Works (*un traitement de texte* FR). Principalement au feeling, je n'aime pas trop prendre de notes ni faire de plans... Ou disons qu'ils se forment instinctivement lorsque j'écris, déformation professionnelle sans doute - (*Jonas est éditeur free lance* FR). Concrètement : je trouve un angle d'attaque, et je déroule, du moins si je peux. Il arrive qu'un sujet ne m'inspire pas et que je laisse tomber, bien entendu.

FR : De l'utilisation de Works je crois comprendre que vous êtes en Mac ? Vos messages sont publiés illico après rédaction ?

Jonas : Non, je suis sous Vista mais j'utilise le moins possible les logiciels Windows. Les messages ne sont pas du tout publiés après rédaction. En fait j'ai énormément d'avance sur la publication, par conséquent il peut arriver qu'un article soit publié trois mois après avoir été écrit.

FR : Combien de posts en avance dans l'interface par exemple ce jour ?

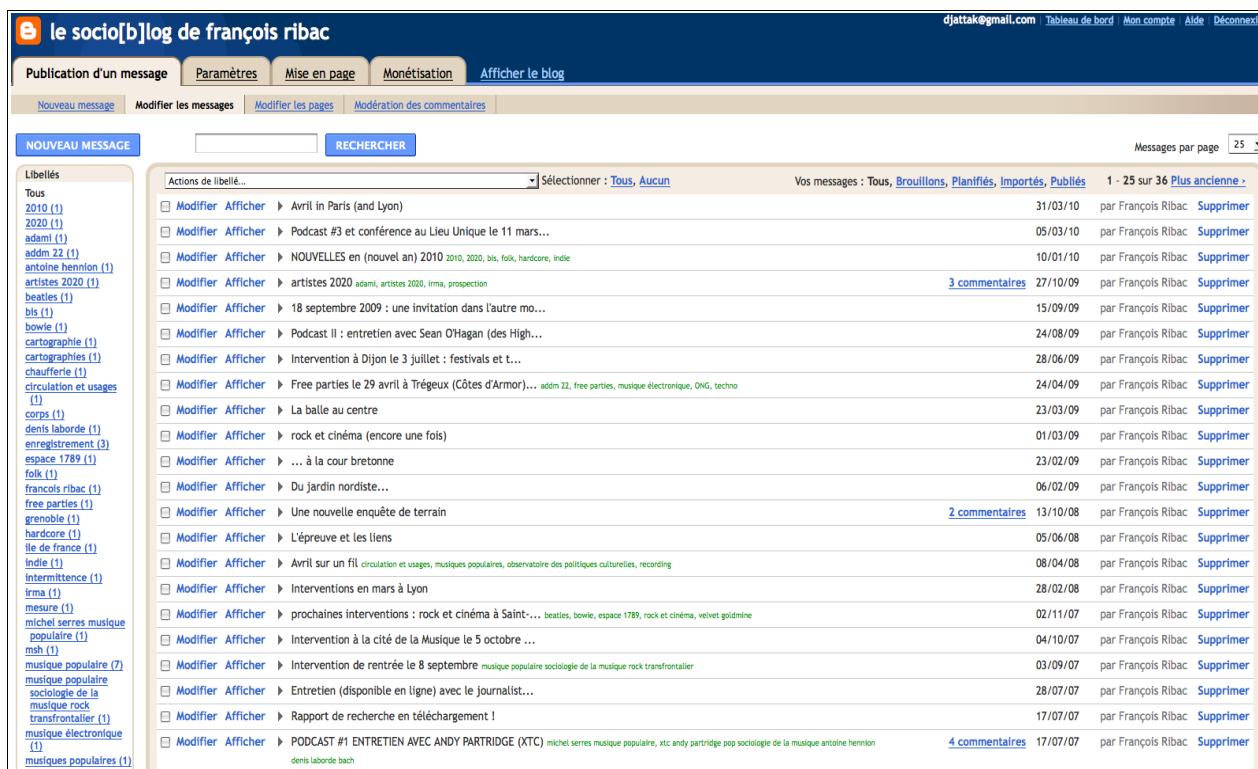
Jonas : De tête une cinquantaine”

En résumé, à l'exception de quelques personnes voyageant pour des raisons professionnelles ou lors de leurs vacances, la plupart des membres du panel rédigent de préférence leurs textes à la maison et avec un traitement de texte. À partir de là, deux tendances principales se dégagent.

Un premier groupe s'immerge assez longuement dans l'écriture, s'appuyant le cas échéant sur des notes où ont été fixées des premières impressions (nombreux témoignages à propos des petits carnets et des bouts de papiers où l'on griffonne constamment) ou encore sur des informations recueillies en ligne (un aspect sur lequel on reviendra). Pour ce premier groupe, une chronique de disques nécessite d'avoir apprivoisé la musique au préalable, d'avoir cherché des accroches. De même, un compte-rendu de concert (*live report*) doit croiser les émotions ressenties lors de la prestation avec une appréciation plus nuancée, par exemple en comparant le concert du groupe avec un précédent quelques années avant etc.

Le deuxième groupe procède de façon plus spontanée, privilégiant une écriture plus “automatique”, approche nullement contradictoire avec le fait d'avoir écouté longuement des disques ou disséqué méticuleusement les épisodes d'une série TV ou d'un film. Une fois les textes écrits, les façons de mettre en ligne sont relativement homogènes car si Nina, Francis ou Arnaud semblent poster leurs messages presque aussitôt après les avoir écrits, la plupart les laissent reposer dans un sas de décompression, l'interface administrateur. Cette période de latence permet aux auteurs qui de réécrire un passage, qui d'apprécier le moment adéquat pour poster un message, qui de prendre connaissance de ce que les autres ont sur le feu dans le cas des plate-formes collectives.

Figure 8 : un exemple d'interface administrateur disponible sous Blogspot



Chaque message est accompagné de son titre, de sa date de publication et des éventuels libellés (tags) qui l'accompagnent. Des brouillons peuvent être déposés dans l'interface et y demeurer jusqu'à publication. À tout moment, il est également possible de modifier un message déjà posté voire même de le supprimer

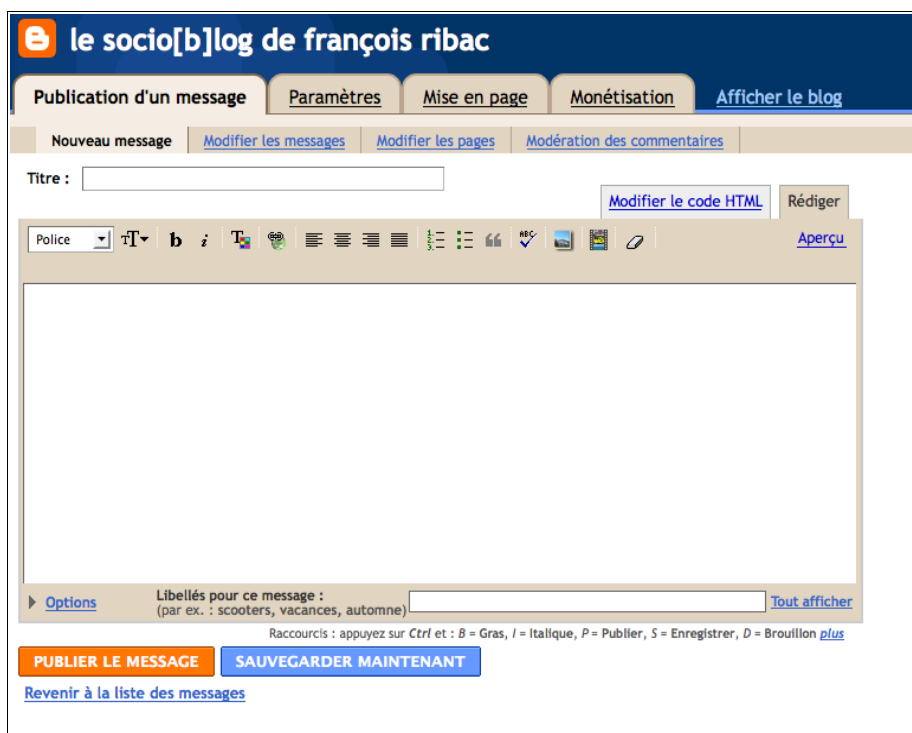


Figure 9 : ci-dessous, l'interface de Blogspot au sein de laquelle on rédige un message.

En haut de la feuille figurent les outils permettant d'insérer des liens hypertextes, des images, de choisir des polices de caractères, la mise en page etc. Un usager expérimenté peut également cliquer sur le lien “modifier le code HTML” et insérer des lignes de code afin d'insérer des mp3, des vidéos ou encore transformer l'apparence du blog.

5 Webzines et forums : les intermédiaires techniques et humains

Précisément, l'interface administrateur (que l'on appelle aussi l'interface admin ou encore le back office) mérite que l'on s'y arrête un instant. S'intéresser à certains de ses usages nous permettra en effet d'approfondir notre connaissance du fonctionnement des webzines et des forums. Après quoi, nous regarderons également les autres techniques utilisées pour coordonner les membres d'une même plate-forme. Enfin, on verra comment ceux qui ont en charge la coordination des sites organisent et régulent la circulation des informations.

a) Interfaces et administration

Comme on l'a vu plus haut, Bertrand (du forum/webzine *Autoban*) écrit couramment ses papiers dans l'interface admin du site auquel il collabore. Cette fonction de triage confère à ce lieu un rôle central dans la gestion et la coordination d'un site collectif, notamment lorsque celui-ci comprend plusieurs dizaines de contributeurs.

On peut par exemple jeter un oeil dans l'admin pour savoir ce que les autres mijotent, quels sujets ils (elles) traitent et si le matériau en attente est suffisant pour tenir la périodicité que l'on s'est fixée.

Alexandre (webzine *Nickelodéon*) : “(...) Voilà, comme on est plusieurs rédacteurs, on essaye aussi plus ou moins de regarder, parce que on a dans notre interface les brouillons des autres rédacteurs qui apparaissent, donc on sait à peu près aussi, on a quelques posts en avance, on sait aussi un petit peu combien il va nous en rester.”

L'admin est non seulement un placard de rangement et un indicateur de l'avancement du travail collectif mais aussi un lieu de débats.

FR : “Comment est-ce que vous vous répartissez les choses à faire ?

Andy (webzine *IndéActu*) : Alors en fait, on a un système qui s'appelle l'admin auquel tous les collaborateurs de *IndéActu* ont accès avec un mot de passe et là, en fait, comme on est plusieurs à recevoir des disques, de labels, distributeurs, boîtes de promo etc... Quand on reçoit un disque on est censé l'écouter plus ou moins rapidement suivant le temps dont on dispose. Et après, soit on trouve que c'est pas bien que ça colle pas avec le site donc on fait rien, soit on le met dans l'admin avec deux lignes de description et un lien vers un site Internet ou une page MySpace pour que les gens voient à quoi ça ressemble et là on met soit 0 cœur, soit 1 cœur, soit 2 cœurs sachant que les disques avec 2 cœurs ça serait vraiment bien qu'ils soient chroniqués.”

L'interface admin est aussi l'endroit où s'exerce le pouvoir de ceux qui commandent le navire. Ainsi, Rolf, fondateur du webzine *GéantsVerts*, réceptionne chaque semaine dans l'interface les articles qu'il a demandé par mail en fin de semaine aux auteurs ; papiers destinés à des rubriques régulières, suggestions liées à l'actualité, autres envies etc.

Rolf : “Donc je leur donne une dead line (*Rolf parle des auteurs* FR), c'est le principe du chef, il donne une dead-line à ses auteurs, et ensuite c'est généralement le lundi avant vingt heures et ensuite ils m'envoient tout en relecture dans l'outil WordPress. À partir du moment où l'article est en relecture je considère que l'article est prêt pour être publié.

FR : Donc il est mis dans les pages de brouillon ?

Rolf : Oui

FR : Donc c'est toi qui a la décision de publication ?

Rolf : Ouais, c'est moi qui ai la décision finale, qui appuie sur le bouton pour que ce soit publié."

Cependant, même s'il est bien réel, ce pouvoir de décision résulte pour l'essentiel d'un consensus.

FR : "Est-ce qu'il y a une intervention sur les chroniques ou les papiers qui sont donnés, il y a du cut, du, enfin je sais pas du retoquage ou de la réécriture ?

Rolf : Ah oui. Un, les fautes d'orthographe, ça arrive... Heu censure, j'ai censuré un seul papier qui, à mon goût, était drôle, mais on n'a pas tous, enfin on peut pas rire de tout avec tout le monde comme disait notre ami Desproges. Donc, j'ai été obligé de le censurer (...). C'est vieux parce que c'était au tout début du site, heu, maintenant quand on en parle on en rigole encore, en disant « oui effectivement j'avais été un peu loin c'était pas terrible ». Sinon je ne censure rien, je ne réécris pas parce que les auteurs écrivent plutôt bien. Non voilà, c'est surtout les fautes d'orthographe de temps en temps et un petit peu le maquettage parce qu'ils ne sont pas tous égaux du niveau de percussion que l'on doit avoir sur Internet pour accrocher, donc voilà (...)"

FR : C'est plutôt un mode pyramidal, les auteurs discutent avec toi en fait.

Rolf : Ah, c'est complètement un mode pyramidal, bien vu ! Ils m'appellent Prez ils m'appellent Grand Gourou, heu... (rires). Effectivement, j'ai souvent l'impression d'avoir le poids du site qui repose sur moi alors, qu'au final, je leur dis souvent : "si il n'y a pas d'auteurs, il n'y a pas de site", moi je ne suis pas grand chose au final. Je suis l'initiateur, c'est moi qui ai mis la clef dans le contact mais maintenant, je parlais d'essence tout à l'heure, maintenant c'est eux l'essence, c'est plus moi."

Du côté du webzine *Babel*, les rédacteurs (trices) dialoguent via le courrier électronique.

FR : "Quels types de contacts vous avez (...) ?

Pénélope : Pour ce qui est de *Babel* on a ce que l'on appelle une mailing list, donc on est en contact 24 heures sur 24. C'est comme ça qu'on s'échange un peu toutes nos découvertes, tout ce qu'il y a sur l'actu. (...)

FR : Et vous écrivez à tout le monde et tout le monde répond à...

Pénélope : Exact, donc ça c'est notre moyen de communiquer intra *Babel*"

L'importance des emails est soulignée par la plupart des membres de webzines y compris dans la plate-forme du panel composée de journalistes professionnels.

FR : "Il y a un système type comité de rédaction ? Comment ça se passe, il y a un filtrage, une discussion ? Vous discutez en ligne, vous vous voyez ?

Arnaud : On n'a pas de rédaction, d'endroit physique. L'économie sur Internet n'est pas encore florissante, donc on a des moyens très très limités, donc oui on échange beaucoup par mails et on se voit dans un café comme ici. Mais c'est essentiellement par mail et puis on s'appelle en cas... Pour compléter une question."

Dans *IndéActu*, les mails complètent l'admin notamment pour les concerts.

FR : "Il n'y a pas de procédure d'alerte identique pour ce qui est chroniques de concerts ?

Andy : Non mais on échange beaucoup de mails, ce qui est normal pour un webzine, et déjà si par exemple quelqu'un a des invitations pour un concert et dit : "tiens est-ce que quelqu'un veut y aller ?" et

généralement ils rajoutent : "si on pouvait avoir un compte-rendu, éventuellement avec des photos". Donc voilà, ça c'est pas mis dans l'admin mais...

FR : Donc ça, ça fait l'objet de mails ?

Andy : Voilà on essaye d'inciter les rédacteurs à, s'il y a un concert qui leur plaît, à faire un petit quelque chose."

Le fonctionnement du webzine *Classika*, défini par son rédacteur comme une plate-forme fonctionnant selon des normes inspirées par la presse musicale professionnelle, ne semble pas non plus différer fondamentalement des exemples précédents. Mathias explique le processus par lequel les disques et les concerts vont être chroniqués.

Mathias : "Avec le staff on fait une liste des CD arrivés, on les propose aux rédacteurs, ils expriment leurs choix (par mail), on équilibre entre l'offre et la demande, et on envoie par la poste. Pour les concerts je fais une liste des endroits où nous sommes potentiellement invités, j'envoie ça aux rédacteurs, je réceptionne les demandes (par mail), j'équilibre le tout et je contacte les attachés-es de presse."

Puis, une fois les chroniques écrites.

Mathias : "Les rédacteurs envoient leurs papiers et les papiers sont soumis à correction

FR : Mais ça se passe pas quel intermédiaire ? Des emails, une interface ? Et qui corrige ? (...)

Mathias : Par email. Les rédacteurs envoient leur papier à une adresse précise, qui n'est pas une adresse de particulier, mais *redaction@classika*, adresse à laquelle a accès uniquement le staff de *Classika*. L'équipe de correcteurs corrige les éventuelles fautes. Le rédacteur en chef ou le directeur de la publication font une dernière relecture et soit valident pour mise en ligne, soit renvoient au rédacteur pour réécriture."

Dans ce cas de figure, deux personnes décident donc *in fine* de la publication, une façon de faire qui rappelle ni plus ni moins celle des *GéantsVerts* tant dans la façon de distribuer les tâches que de décider de la publication.

b) Les compartiments secrets

Toutefois, Mathias nous a également précisé que l'organisation de *Classika* comprenait deux étages : un premier groupe de rédacteurs et un deuxième cercle plus resserré ("le staff") qui dirigeait le site. Cette organisation à deux étages diffère-t-elle des autres webzines ? Si *GéantsVerts* ne fonctionne pas ainsi le webzine de pop indé *Indéactu* possède une adresse email réservée à certains membres et dont les autres rédacteurs ne connaissent pas l'existence. Andy l'a mentionné lorsqu'il m'explique comment les propositions d'artistes, de labels et d'attachés-es de presse sont triées.

Andy : "Alors, ça arrive vers un mail qui est réparti aux membres de la rédaction en fait. Parce qu'on a deux systèmes de mails. (...) Il y a le niveau collaborateurs, c'est tous les gens qui écrivent pour *Indéactu* et qui font partie du site et après il y a un noyau plus resserré qui s'appelle rédaction où on peut échanger entre nous sur les changements à apporter au site. Donc, quand quelqu'un envoie un mail à l'adresse qui est sur le site ça arrive à "rédaction"."

Ce fonctionnement étagé est (ou a été) également présent dans les deux forums/websites *Metalardent* et *Autoban* du panel. Dans le premier, les rédacteurs de chroniques de disques disposent d'un forum privé -sorte de comité de rédaction- où se déroulent plutôt des discussions non accessibles aux personnes qui fréquentent le site. C'est par exemple au sein

de cet instance qu'a été pris la décision de répondre favorablement à ma demande d'entretien. Bertrand qui participe à *Autoban* me raconte que, dans la version précédente du site, il existait une “secret room” où les rédacteurs principaux discutaient non seulement de la bonne marche du site mais échangeaient aussi des liens récoltés sur un site de Peer to Peer. Écoutons sa description du fonctionnement qui prévalait au moment où il était un (simple) chroniqueur de disques dans le site qui a précédé *Autoban*.

Bertrand : “(...) Au début j’étais chroniqueur externe, donc c’est à dire que j’avais pas accès au backstage, on va dire. En fait, j’avais un superviseur au niveau de l’électro. Parce qu’il y avait plusieurs sections, une section électro, une section rock etc. donc moi j’étais supervisé par celui qui s’occupait de l’électronique. Et donc le seul contact que j’avais avec l’équipe c’était avec lui .”

De fait, lorsque des divergences profondes ont éclatées entre les animateurs de ce site Bertrand n'en n'a perçu que peu d'échos.

Donnons un autre exemple des différentes strates à l'intérieur des plate-formes collectives. L'administrateur du forum de discussion *Garogorille* utilise un profil spécifique pour s'exprimer à propos de questions afférentes à la bonne marche du forum sans jamais mentionner qu'il intervient également -et très fréquemment- sous une autre identité. Seul-es les habitués du forum (dont certain-es sont présent-es depuis plus de trois ans) savent que ces deux identités ne sont qu'une seule et même personne, de même qu'elles ont compris qu'un autre membre du forum possédait également les clés de la maison. Mais, tel n'est pas le cas des membres les plus récents ou qui contribuent peu qui, eux, ignorent ces faits²⁷. Cette compartimentation se retrouve également dans la gestion des conflits puisque les membres du forum ne sont pas toujours avisés du bannissement (par ailleurs rares) de certains contributeurs, pas plus que les bannis ne connaissent forcément les motifs exacts de leur exclusion.

Figure 10 : le profil et l'avatar de l'administrateur du forum *Garogorille*

Nom d'utilisateur: Garogorille
 Genre: g
 Groupes d'utilisateurs: Administrateurs [Aller]
 Ajouter à ma liste d'amis
 Ajouter à ma liste d'ignorés

Administrateur du site

Contacteur Garogorille
 MP: Envoyer un message privé

STATISTIQUES DE L'UTILISATEUR

Inscription: 31 Jan 2010, 23:08
 Merci: 1
 Remercié: 15 fois dans 15 messages
 Dernière visite: -
 Messages: 380 | Rechercher les messages de l'utilisateur
 (3.22% de tous les messages / 5.28 messages par jour)
 Forum le plus actif: Mur des Lamentations
 (40 Messages / 10.53% des messages de l'utilisateur)
 Sujet le plus actif: Comment importer des smileys
 (9 Messages / 2.37% des messages de l'utilisateur)

Pour illustrer encore un peu plus l'existence de différents canaux de circulation des informations, on rappellera enfin que, comme la plupart des forums, les membres de *Garogorille* ont la possibilité de communiquer par l'intermédiaire de messages privés (PM*) qui - à l'exception des administrateurs du forum- ne sont pas lisibles par les adhérents.

²⁷ Comme dans nombre de forums, le profil public de chaque membre de *Garogorille* comprend notamment le nombre de messages postés et la date d'enregistrement sur le forum et permet à chacun donc d'apprécier l'investissement des contributeurs et leur ancienneté.

c) La presse et le club numériques ?

La variété de ces modes d'organisation -tant du côté des modalités de circulation des informations que de la répartition des responsabilités- s'explique évidemment par la très grande variété de situations, de personnes et la dissemblance des plate-formes observées dans le cadre de cette étude. Dans certains sites, une interface accessible à tous -l'admin, le back-office, le backstage- permet aux contributrices (eurs) d'apprécier ce que les autres ont écrit ou préparent. Le cas échéant, on peut même y débattre et prendre des décisions. En parallèle, les contributeurs peuvent aussi dialoguer via des mailing lists ou échanger des emails entre eux ou dans les forums des PM. Dans d'autres sites, l'interface est plutôt une chambre de réception des papiers, chambre à laquelle est parfois adossée un "pièce secrète" où les responsables principaux échangent des informations essentielles et prennent des décisions.

À bien des égards, le fonctionnement des webzines (et des forums/webzines) s'apparente à celui d'une rédaction. Plus exactement, les webzines semblent utiliser (et combiner) certains *moments* spécifiques de l'organisation du travail qui prévaut dans la presse : la conférence de rédaction, la conférence restreinte aux dirigeants, la relecture et les corrections, la gestion du train, la distribution des tâches etc. De la même façon, les outils de coordination propres au Web (interface admin, courrier électronique individuel et PM, chat, mailing lists) remplissent des fonctions qui rappellent les *espaces* au sein desquels une rédaction évolue au jour le jour : les couloirs où se déroulent des conversations informelles (parfois décisives), les bureaux des chefs, le réseau téléphonique interne, le café du coin de la rue, l'assemblée annuelle de la société des rédacteurs...²⁸. Si l'on ajoute la mise en page des sites, les emprunts constants au vocabulaire de la presse (articles, papiers, publications, lecteurs, rédacteur en chef, auteurs, lectorat, etc.), la périodicité des billets, on comprend que la relation avec la presse est bien plus matricielle que seulement analogique. Du reste, même les blogzines individuels évoquent des sortes de "journaux à une main", un manière qui -rappelons le- était la règle lors des débuts de la presse au dix-huitième siècle et que des figures de la littérature européenne -comme le polémiste autrichien Karl Kraus- ont perpétué au début du vingtième siècle.

Du côté des forums, le coexistence entre un espace ouvert et convivial (les pages de discussion et d'expression où les membres peuvent intervenir dans des discussions où les susciter) et des espaces plus cloisonnées évoquent plutôt *un club* où l'on peut soit déambuler en observant les autres, soit prendre part à une discussion en cours, voire même s'adresser à ceux et qui celles qui sont présents. Ce même club comprend des zones de circulation où se déroulent d'autres conversations transversales, moins accessibles, plus confidentielles. Cet espace est placé sous l'autorité d'un responsable qui, seul ou en petit comité, prend des décisions visant à faciliter son fonctionnement et son devenir. Sous un autre angle, le fonctionnement des forums évoque également les partis politiques et leurs différentes strates de pouvoir.

D'une façon plus générale, on voit que tant les blogzines, les webzines que les forums impliquent -et en cela ils sont parfaitement comparables avec d'autres organisations humaines- des degrés variables de responsabilité et de pouvoir(s).

Partant de ces observations, si le Web 2.0* se caractérise effectivement par la mise à disposition d'outils d'expression utilisables sans connaissances en informatique et (pratiquement) gratuits comme les blogs, les façons dont les collectifs de personnes

28 L'enquête a en effet montré que nombre des plate-formes du panel organisaient de temps en temps des rencontres dans le monde physique (les membres du panel ont souvent employé l'expression "en vrai") où se retrouvaient les contributeurs (trices) pour débattre de façon plus ou moins formalisée des projets à venir.

s'organisent au sein des plate-formes observées ici ne diffèrent pas fondamentalement des sociabilités du monde d'avant et hors l'Internet. Au sein de ces sites, on retrouve ainsi les différences, que l'on retrouve dans toute collectivité humaine, entre des gens très investis et d'autres qui le sont moins et un très fort taux de *turn over*²⁹. En résumé, si les modes de prescriptions et d'expertise(s) culturelle(s) en ligne affectent sans nul doute ceux qui existaient avant le Web, leurs modalités ne sont finalement pas si différentes qu'on pourrait le penser au premier abord. Le paragraphe suivant va s'intéresser aux formats d'écriture et aux contraintes éditoriales.

29 À titre d'exemple *GéantsVerts* comptait trente neuf auteurs au moment où l'entretien a été réalisé avec Rolf et celui-ci estimait à environ à cent le nombre d'auteurs ayant contribué au site depuis sa fondation en 2005. Un autre aspect de cette circulation peut être illustrée par le renouvellement constant des sites sur la Toile, renouvellement sensible dans le panel de cette étude (cf. les modifications qui sont intervenues en son sein du panel entre le moment où l'étude a été réalisée et celui où le rapport a été rédigé)

6 L'éthique et le format

a) Liberté éditoriale et contraintes cognitives

La comparaison avec la presse esquissée plus haut amène logiquement à s'intéresser aux formats d'écriture et d'une façon plus générale aux contraintes éditoriales que les blogzines et webzines se fixent (ou pas). Un des registres qui revient le plus fréquemment est exprimé ci-dessous par le blogzineur Patrick.

FR : "Comment vous procédez pour écrire, vous publiez d'emblée, il y a des étapes, quels types de contraintes, comment ça se passe ?

Patrick : J'essaie d'écrire de manière assez mûre. J'estime que si l'on veut apporter une plus-value aujourd'hui il faut entrer un peu dans l'analyse du disque. Je ne donne pas un avis en cinq lignes, je fais toujours entre cinq mille et dix mille signes en moyenne et j'essaie de ne pas faire moins même si ça n'est pas tout le temps lu, ce n'est pas grave (...)."

En somme, Patrick affirme que le blogging (et son blog en particulier) peut apporter une plus-value en ce sens que les blogueurs ont la possibilité de traiter à fond leurs sujets. Point de vue concordant du responsable du webzine *GéantsVerts* sur la question du format mais qui, en matière d'accessibilité, adopte néanmoins une position pragmatique.

FR : "Quelles sont les contraintes éditoriales en nombre de signes, style ?

Rolf : C'est une bonne question parce que c'est souvent la question que nous posent les nouveaux auteurs.

C'est : "combien de signes je dois écrire ? À quelle fréquence je dois poster ?". Ben, dans l'esprit *GéantsVerts* il n'y en a pas. Sachant que je dis toujours : "pour être lu, faites le plus efficace possible, on sait qu'il y a un lectorat derrière, donc plus ça sera court, plus ça sera lu, plus ça sera efficace, ne cherchez pas des phrases alambiquées que les gens ne comprennent pas. Le français moyen comprend plus le Parisien que Libération donc, c'est pas péjoratif mais c'est vrai, donc essayez de faire simple et efficace pour faire passer votre message, vos envies dans un article simple". Et après, si l'auteur me fait un article d'un équivalent de cinquante pages, peu importe, parce que ça aura une répercussion sur l'audience de l'article mais comme on n'a pas d'objectifs d'audience, peu importe !"

Non seulement Bertrand va dans le même sens que Patrick et Rolf mais en sus il semble même penser qu'un article trop court n'est pas satisfaisant.

Bertrand (forum/website *Autoban*) : "Non, y a vraiment aucune contrainte, c'est vraiment... Alors y'en a qui vont faire de longues chroniques. Y avait un chroniqueur qui était là depuis longtemps et (...) on le charriait un peu avec ça, on disait qu'il faisait des timbres poste, parce que lui c'était toujours des chroniques qui tenaient en deux paragraphes, quelque chose de vraiment petit. Alors après, on n'a pas vraiment de règles par rapport à ça, chacun fait comme il sent."

Comme l'a fait remarquer Rolf à propos du style, la marge laissée à l'appréciation des chroniqueurs ne signifie pas pour autant qu'il n'existe pas de règles. C'est ce que confirme Bertrand qui esquisse une sorte de charte pour les chroniques de disques que l'on retrouve dans la plupart des sites et qui, à l'évidence, s'inspire des conventions en usage dans la presse.

Bertrand : "Le principal je dirais, c'est de garder une certaine lisibilité, donc on essaie généralement de faire des chroniques où on va séparer en paragraphes, où on va essayer d'espacer. Y'a aussi quelque chose qu'on impose, on a déjà tapé sur les doigts à d'autres chroniqueurs par rapport à ça c'est, on a, enfin, c'est plus

au niveau de la typographie. On va avoir par exemple le nom de l'artiste en gras, on va avoir les liens qui renvoient à tel album etc. Donc ça (...) on s'efforce de le faire à chaque fois, c'est plutôt des contraintes de typographie, mais sinon au niveau des signes y'en a pas."

Autrement dit, comme la grande majorité du panel des blogueurs l'a mentionné, Bertrand admet une grande liberté à la condition expresse que le lecteur puisse retrouver à chaque fois des informations essentielles. D'une façon parallèle à ce qui vient d'être dit, Arnaud, dont on rappelle qu'il participe à un webzine fondé et animé par des journalistes professionnels, introduit un argument de type cognitif.

FR : "Mais vous avez des formats ou des signes ?

Arnaud : (...) En fait c'est l'écriture sur Internet qui est contraignante par définition. Lire cinq feuillets sur Internet c'est fatigant. C'est des problématiques que l'on devrait voir émerger avec le fameux Kindle*. Je ne crois pas une seule seconde à la lecture sur Internet ou sur des objets comme ça. La lecture c'est papier par définition. Donc on essaie de ne pas faire trop long. On essaie de ne pas excéder deux feuillets dans la mesure du possible."

Même s'il est évidemment impossible d'avoir été exhaustif, l'observation des sites du panel semble plutôt confirmer cette proposition : plus les sites se pérennisent et plus ils semblent s'astreindre à des formats donnés et à hiérarchiser les informations. Cela ne signifie pas pour autant que tous les articles ont forcément le même nombre de signes mais plutôt qu'*un format moyen s'impose peu à peu tant à l'échelle des rubriques que du layout général*. De façon significative, le souci de cadrage (voire d'auto-limitation) est également sensible dans les forums. Ainsi, dans la nouvelle formule du forum *Garogorille* (mise en ligne début 2010), les règles de fonctionnement du site précisent que lorsqu'un sujet de discussion est arrivé à cent messages il est clos, même s'il reste toujours consultable.

b) Journalisme amateur versus professionnel ?

Un peu plus haut, Rolf a expliqué que sa plate-forme ne visait pas, pour l'essentiel, à conquérir une audience et que, par conséquent, certains auteurs pouvaient donc se permettre d'écrire de longs papiers. En somme, ceux-ci écrivent pour leur plaisir et n'ont pas à intégrer les contraintes auxquelles les professionnels doivent faire face (poids des annonceurs, pression de l'actu, imposition des sujets par les supérieurs etc.). Démarche confirmée par

Patrick (Dico) : " (...) J'écris pour le plaisir, je ne suis pas payé pour le faire, je prends du plaisir à écrire des trucs assez longs, après, je suis un peu léger sur la relecture au niveau orthographe (...). Encore une fois, ça reste un truc que l'on fait par passion et qui n'est pas rémunéré. "

De façon générale, les blogzineuses (eurs) du panel semblent moins désireux d'écrire des papiers de deux cent pages que d'écrire *ce qu'elles (ils) veulent*. Dans les entretiens, la nature fondamentalement bénévole du blogging est régulièrement opposée aux contraintes du journalisme professionnel.

Franck (blogzine Ressence) : " (...) Bloguer ? (...) Je me considère comme un journaliste amateur, au sens de non rémunéré. Y'en a qui vont trouver que c'est de la branlette que c'est vantard de dire ça, c'est juste le point de repère que je me fixe. (...).

FR : Quelle différence vous feriez avec un journaliste professionnel ou avec une plate-forme professionnelle ?

Franck : Y'a deux différences, un, d'être rémunéré pour tout bêttement, et deux, les critères de choix sont pas tout à fait les mêmes.

FR : Ce serait en terme d'indépendance ?

Franck : L'indépendance à plusieurs sens parce que l'indépendance ça se fait aussi par rapport à la ligne d'un mag', à un rédac' chef qui fait que l'interview que tu avais envie de faire et ben c'est pas toi qui la fera, c'est l'autre (...). Chroniquer un truc qu'on aime qu'on a hyper envie de chroniquer c'est facile, faire un truc qu'on est obligé de faire parce que c'est le boulot c'est pas pareil. (...). Est-ce qu'on est capable de parler régulièrement de trucs qu'on kiffe pas, dans un format imposé ? Ca, le format imposé j'ai déjà donné, ça ne me dérange pas du tout. (...). L'intérêt du Web, c'est que si l'interview, elle fait une heure, elle fait une heure, s'il y a rien à couper, y'a rien à couper."

Le fait de pouvoir refuser des choses que l'on aime pas et de supporter des artistes ou des labels inconnus est présenté par la plupart des membres du panel comme un privilège que seuls des amateurs (non rémunérés) peuvent se permettre. Amateurs qui peuvent s'abstraire des cercles fermés du monde professionnel.

Isabelle : "Donc parfois avec un peu d'acharnement, on peut y arriver (à *rendre visible des artistes talentueux* FR). Je pense que les blogueurs ont leur rôle à jouer là-dedans. S'ils ne se font pas rattraper par cette espèce de copinage qui fait que "ah ben ouais tu es mon ami, je te paie des verres, alors tu pourrais me faire un papier sur machin ou truc" et ben non ! J'estime que si je ne suis pas journaliste aujourd'hui, journaliste musical notamment et que je ne veux pas avoir un lien financier avec ce monde-là, c'est pour pouvoir garder la plus grande intégrité possible au niveau de la musique, au niveau de ce que je défends."

Pour Jonas (blogzine *L'œuf*), la différence entre blogging et journalisme professionnel (tout du moins avec la façon dont les divers membres du panel en parlent) s'exprime également dans la proximité entre un blogueur et ce qu'il appelle ses "fidèles".

FR : "(...) Quels rapports avez vous avec les visiteurs ? Vous avez des habitués-es je crois

Jonas : Oui, pas mal. Ma foi, on a des rapports plutôt amicaux, du moins il me semble. De toute façon il ne pourrait pas en être autrement : je ne suis pas un journaliste créant de par son statut une forme de distance, ni un prof venant faire la leçon... Et de toute façon, de nos jours ça n'aurait pas grand sens, à la moindre bêtise on se ferait recadrer par vingt commentaires incendiaires."

Point de vue intéressant en ce sens qu'il situe la liberté du blogzineur dans une interaction où ses lecteurs comptent et (ré)agissent.

La divergence entre blogging et journalisme est énoncée, comme à rebours, par Arnaud qui, lui, est journaliste professionnel.

FR : "Comment vous définiriez votre différence avec les blogueurs ?

Arnaud : La Cinémathèque s'intéressait à Tati et en ouverture du cycle Tati elle avait convié des blogueurs. (...). [la rédactrice en chef de *Pressbutton*] et moi-même avons été invités à ce raout pour les blogueurs. On était assez emmerdés parce qu'on n'avait rien à se dire. Nous avions pas du tout la même énergie, des méthodes de travail très différentes. Alors c'est là où je voulais en venir... J'ai l'impression que, par définition, le blogueur est là pour donner son avis et est là pour dire "moi je" pour donner son avis sur le monde, la musique, le cinéma, la culture. Ce qui est tout à fait louable mais c'est une écriture personnelle, intuitive. Une écriture du ressenti vraiment subjective et qui émet des opinions sur le champ culturel, parce que l'on parle de musique. Ce n'est pas du tout ce que l'on fait. On peut écrire sur Internet sans être un blogueur. (...) Moi je ne me définis pas comme un blogueur, je me définis plutôt comme des journalistes de l'ère numérique. On fait un travail journalistique étoffé par les moyens d'hypertexte mais

en fait cela reste un travail journalistique, froidement journalistique. On peut s'emballer sur des choses mais on décrit des faits, on essaie de raconter des histoires. (...) Clairement, je n'écris pas différemment quand j'écris pour *Mouvement* que pour les *Inrocks* papier. Je ne fais pas de différence.

Cette façon d'appréhender la différence entre blogging et journalisme d'Arnaud est partagée par Mathias, rédacteur en chef du webzine *Classika*.

FR : “(...) Comment définiriez vous *Classika* par rapport à un travail journalistique ? Je pense non seulement à la question éditoriale mais aussi à l'organisation du travail

Mathias : Oh, ben je considère *Classika* et son développement à l'égal d'un travail pro de journalisme : ligne éditoriale, sérieux de la publication, reconnaissance extérieure, tout le prouve. C'est le but que nous nous étions fixés, j'estime qu'on y est arrivés.

FR : Autre façon de poser la même question différemment : est-ce que vous vous sentez partie prenante de la blogosphère musicale ?

Mathias : Heu je ne crois pas, nous ne voulons pas que *Classika* soit identifié à un blog

FR : Pourquoi, quelle est la différence à votre sens ?

Mathias : Un blog est une entreprise personnelle, d'un individu qui exprime ainsi son opinion propre. *Classika* est un journal, avec son organisation interne, sa ligne éditoriale, ses correspondants”

Même si Mathias est un bénévole, professeur certifié d'éducation musicale, il établit à peu près le même type de différences entre blogging et journalisme qu'Arnaud : rigueur, ligne éditoriale, refus de la personnalisation etc. Cependant, Arnaud introduit lui aussi une délimitation, à l'intérieur même du champ journalistique”.

Arnaud : “(...) On a peut-être plus de place sur le Net, on fait un peu plus ce que l'on veut en termes de taille de papier. (...) Après la différence au niveau des titulaires d'une carte de presse ou pas... Le constat c'est qu'il y a beaucoup de gens maintenant, je n'ai pas les chiffres, mais il y a beaucoup de gens qui écrivent professionnellement et qui ne sont pas titulaires d'une carte de presse. Tout cela parce qu'ils viennent du Net. Journalistes dont je fais un peu partie. (...) Je crois que je peux commencer à demander ma carte de presse mais cela n'a pas grand intérêt. On n'a pas d'avantages à avoir la carte de presse. Je ne cherche pas à faire partie du groupe du sérail spécialement.

FR : Finalement, la carte de presse ne sert plus à grande chose, pour avoir accès à des spectacles ?

Arnaud : La carte de presse elle sert pour les impôts essentiellement. Pour être défalqué d'impôts. Mais je suis à un tel niveau... On verra dans quelque temps, lorsque je serai vraiment un ponte de la presse parisienne mais ce n'est pas encore le cas (rires). Moi, je suis indépendant et assez content de l'être. Ça a un prix, il y a des phases plus ou moins fastes.”

Au final, il est assez remarquable qu'au fur et à mesure que les acteurs décrivent de plus en plus finement leur activité et les contraintes qu'ils se donnent, les oppositions dures ont plutôt tendance à se dissoudre qu'à se renforcer. La variété des types de blogging devient ainsi de plus en plus patente (pensons à la différence entre le blog “égocentré” et littéraire de Luc et le webzine collectif et déconnant *GéantsVerts*, entre le blog d'album spécialisé dans la musique de film et d'illustration sonore de Pierre et le bogzine rock'n roll de la jeune Véza). En même temps que ces divergences s'affirment, les points communs commencent néanmoins à émerger : besoin et affirmation de liberté d'expression, désir de dénicher des

raretés, envie d'entreprendre et de découvrir, souci d'être lu et attention aux visiteurs. Il en est de même de "l'autre côté" où un journaliste professionnel explique qu'il n'a pas besoin d'une carte de presse et revendique une manière de "cyber indépendance" vis-à-vis des modèles traditionnels de journalisme tandis que les bénévoles d'un webzine classique revendiquent les normes et adoptent l'organisation (y compris sémantique) de la presse professionnelle. On remarquera également que Lester Bangs -que l'on assimile souvent au journalisme Gonzo³⁰- est aussi bien cité par le chroniqueur de disques d'*Autoban* que par Arnaud.

Pour encore en peu un plus relativiser les antagonismes et montrer les porosités, ajoutons que l'on trouve dans l'équipe du webzine *IndéActu* Andy, secrétaire de rédaction d'un journal parisien (qui exerçait autrefois le même travail aux *Inrockuptibles*), qu'un journaliste sportif contribue activement au forum *Metalardent* et que le rédacteur en chef de *GéantsVerts* est responsable de l'éditorial Internet pour une chaîne de télévision parisienne et un hebdomadaire national au sein du groupe M6. Mentionnons enfin que deux des blogueuses du panel (Carmen et Pénélope) travaillent respectivement à la promotion d'un label et à la fondation d'une agence de communication dédiée au Web.


En outre, comme j'ai essayé de le suggérer dans le paragraphe consacrés aux interfaces, les modes de fonctionnement techniques et organisationnels de l'ensemble des plate-formes s'ils ne sont pas identiques sont cependant très comparables. Ainsi, si les styles d'écriture varient considérablement, les layouts, la périodicité (à laquelle on va bientôt s'intéresser), les formats d'écriture et de présentation sont également largement similaires. Pourquoi ? Moins par un effet de masse (pour parler comme Adorno) ou de conformisme(s) mais parce que, comme l'a très justement noté Arnaud, la lecture sur le Net se déroule dans des cadres cognitifs qui contraignent les sites à adopter des mises en pages et des formats compatibles relativement similaires. Autre raison à ce processus de "normalisation" ? Simplement le fait que tout organisation humaine a besoin de délimiter les limites de son espace commun et se fixer des règles communes. Besoin de structuration encouragé par le lectorat qui -comme nous l'a rappelé Jonas- s'exprime sur la forme et le contenu des plate-formes et dont on examinera un peu plus tard la nature hybride. Avant d'aborder cette question, je voudrais d'abord examiner par quels canaux les membres du panel se procurent et/ou reçoivent des informations.

30 Le journalisme Gonzo se caractérise par une approche extrêmement subjective des sujets traités et notamment par le recours -plus ou moins explicite- à la drogue. Pour un exemple de ce registre on peut lire **Hunter-S Thompson** *La grande chasse au requin. L'ancien testament Gonzo*. 10/18 Paris 1994. Le cinéaste Terry Gilliam a adapté le roman de Thompson *Fear and Loathing: On the Campaign Trail '72* dans son film éponyme *Fear and Loathing in Las Vegas* de 1998


Figures 11 et 12 : captures partielles des pages d'accueil des webzines **GéantsVerts** et **Classika**

On remarque le même découpage en trois blocs, organisation très largement similaire à la mise en page des blogs (cf. figures 3, 6 et 7) mais aussi à la presse magazine papier.

DANS LE KULT




Le large de la semaine (15)




Mourir, c'est facile !


Mourir, c'est facile !



Promesse




LE DISK DU JOUR



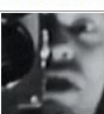
Reverse Engineering
Le trio suisse Reverse Engineering revient quatre ans après Duck & Cover, avec un deuxième opus Highly Complex Machinery aux ambiances aussi futuristes que par le passé.

A VOIR OU À FUIR !




Les histoires de famille...
Un petit aller-retour entre les USA et la France ; un billet pour découvrir deux familles, deux modes de vie mais au final, un message unique : CARPE DIEM !

MARC DÉPOSÉE



Mélancolie du tailleur de pipes
Fameuse tournée 1972 des Rolling Stones ! Stones Tourning Party. Soit STP, « Sérénité-tranquillité-paix », surnom de la drogue psychédélique 2,5-diméthoxy-4-méthylamphétamine.

LÉ LÉSSON DÉ FRANCÉ DÉ PACO CADÉ




Promesse
Parolé parolé parrroléééé

NUMERO SPECIAL 5 ANS

LOKA APORTE LE GATEAU ! REGARDE VITE !

GÉANTSVERTS TV




SE KONNECTER / RSS

Inscription
Connexion
Articles [RSS](#)
RSS des commentaires
WordPress.org

ANNONC

Festival international de Musique des 15 Pays d'Europe, d'Israël et d'Espagne

L'Eure Poétique et Musicale
16 avril au 2 mai 2010



www.festival-eure.com / 02 32 32 17 17

Du 16 avril au 2 mai 2010

[Normandie] Festival « L'Eure Poétique et Musicale »
3e édition

Mardi 27 avril
► **[La Chaux-de-Fond] Renaud Capuçon**
avec l'Orchestre de Chambre de Bâle

Dimanche 2 mai
► **[Aude] Les**

[CD] Compositeur Ambronay
► **Haendel made in Argentina**
par Jean-Baptiste de La Taille (28/03 /2010)


[CD] Compositeur CPO
► **Intégrale pour clavier d'un génial élève de Liszt**
par Frédéric Muñoz (24/03 /2010)

[CD] Compositeur LSO Live
► **Le retour du grand Haitink**
par Patrick Georges Montaigu (22/03/2010)

[DVD] Opéra DECCA
► **Comme au cinéma**
par Catherine Scholler (20/03 /2010)

[CD] Concert / Récital Archiv
► **La pudeur de la Tragédie Lyrique**
par Catherine Scholler (16/03 /2010)

[CD] Compositeur Deutsche Grammophon
► **Une passion profane**
par Jacques Schmitt (09/04/2010)



Toutes les chroniques

Sélectionnez une rubrique

[TV] Documentaire Voir

Actualité des labels

Naïve Voir

Actualité des éditeurs

Editeurs Voir

7 D'où viennent les informations ?

Après avoir exploré la physionomie des plate-formes et évoqué leur fonctionnement, nous allons à présent examiner comment leurs animateurs (trices) se procurent les informations et/ou les contenus qu'elles (ils) proposent. Intéressons nous en premier lieu à la provenance des musiques mis en ligne par les animateurs des blogs d'albums du panel.

a) Blogs d'albums #1 : où trouver des disques ?

Les entretiens ont permis de repérer une source principale d'approvisionnement et deux autres plus marginales. Premièrement le Web, deuxièmement les collections personnelles de disques vinyles, CD(s) et mp3 des blogueurs, troisièmement des médiathèques publiques.

Francis (blog d'album *Golfload*)- -qui lorsqu'il participait encore au forum *Garogorille* avait posté un message où figuraient les rayonnages débordants de CD(s) de sa discothèque- est le seul blogueur d'album du panel qui déclare puiser principalement dans sa propre collection.

FR : “Est-ce que les disques que vous postez proviennent en majorité de votre discothèque ?

Francis : Quasiment tout ce que je poste provient de ma discothèque. Si je devais l'exprimer en pourcentage, je l'évaluerais à 90%.”

S'il semble également puiser dans sa propre discothèque, Krüger mentionne également des médiathèques.

FR : “Vous avez déjà évoqué la médiathèque (dans notre conversation mais aussi sur votre blog il me semble) comme source de disques (...).

Krüger : Médiathèque pour le jazz, classique, pop, rock à partir de 1990 et la "world" (...) ”

FR : Médiathèque des Halles ?

Krüger : Non. Fait une fois mais déçu. Moi c'est Villon (*située à Paris 10e FR*), Rostand (*située à Paris 17e FR*), Hergé (*située à Paris 19e FR*) et Flandre (*située à Paris 19e FR*) parfois Mouffetard (*située à Paris 5e FR*) ”

On notera au passage que trois de ces équipements se situent près du domicile de Krüger (qui vit dans le 19e arrondissement de Paris) et que la médiathèque située dans le 17e est en bordure de Clichy (92) où il travaille. Dans un même ordre d'idées, on peut remarquer qu'un des principaux contributeurs du forum *Garogorille* (auquel Krüger appartient aussi) poste régulièrement des messages intitulés “de retour de la médiathèque” où il propose de digitaliser à qui voudra des CD(s) (et des films) empruntés dans un équipement public. À contrario, Duno (du blog d'album *Swinglow*) explique recourir au Net car à l'endroit où il vit il ne pourrait trouver des disques (de jazz).

FR : “Est-ce que les disques que vous postez proviennent en majorité de votre discothèque ?

Duno : Non, beaucoup viennent du Net car introuvables dans les villes moyennes.”

Bien entendu, l'Internet est un vaste terrain pour qui veut découvrir de nouveaux horizons musicaux. Ainsi, lors de l'entretien Krüger évoque d'abord le forum *Garogorille* (auquel il

appartient depuis 2006) comme source de découvertes puis *Soulseek*. Ce site de Peer to Peer se caractérise, d'une part, par la possibilité de dialoguer avec d'autres internautes et, d'autre part, par le fait que l'on y trouve des styles musicaux peu diffusés dans les grands réseaux de P2P comme les Bittorrent* ou Emule*. Précisément, plusieurs blogueurs d'albums du panel déclarent avoir recours à *Soulseek* et plus généralement à Internet.

FR : “Vous me disiez juste avant que pour vous *Soulseek* était la meilleure plate- forme d’échange, c’est justement parce que les gens se parlent c’est ça parce qu’ils conseillent parce que... C’est pourquoi ?

Laurent (blog *Galloties*) : Ben c’est vrai qu’on peut communiquer mais c’est marrant parce que, des fois, on peut communiquer avec des gens qui sont à l’autre bout de la planète mais... Non, non, c’est tout simplement parce que (...) au niveau du choix, de la variété de ce que l’on peut trouver c’est juste hallucinant et ça correspond à mes goûts surtout. Donc, on trouve beaucoup de vieilles choses sur *Soulseek* et des raretés. Parfois, il y a une personne qui a mis un vinyle en ligne et on va traquer le fichier pendant, ça m’est arrivé des fois, pendant une semaine, de traquer juste un fichier qui était partagé par une personne à attendre... Mais généralement on trouve quand même, on trouve tout c’est vraiment pour ça. *Soulseek* c’est très simple d’utilisation et ça marche.”

Pierre confie également avoir accumulé un grand nombre de disques par ce même canal.

FR : “C'est votre principale source ?

Pierre : C'était oui mais je me suis incroyablement calmé... Depuis un an je n'ai simplement plus le temps de télécharger de la musique... J'ai, à peu près hein, ce qu'il me faut c'est-à-dire environ trois ans de musique.”

Pierre obtient également nombre de musiques par l'intermédiaire de correspondants rencontrés via ses blogs et *Soulseek*. Ceux-ci lui envoient donc des rips de vinyles souvent introuvables et dont la valeur marchande peut être considérable. Parfois même, ses mécènes lui demandent de ne pas diffuser ce qu'ils lui confient.

FR : “On vous envoie des trucs "privatifs " ? Pour quelles raisons ces "donateurs" ne veulent ils (elles) pas partager ?

Pierre : (...). Ah, c'est un mystère pour un altruiste comme moi ! Non mais il faut les comprendre : ces gens ont souvent payé très cher pour certains vinyles ou CD-R, 150 euros, voire plus... Ils ne partagent qu'avec certains 'élus'... Il y en a beaucoup sur *Soulseek*, des fous du lossless*, des fanatiques, des fous, tous Russes ou Polonais... Y'a de vrais malades là-bas... Ces mecs ont tout et ne partagent rien et il faut faire des pieds et des mains pour obtenir quelque chose mais quand vous l'obtenez, eh bien vous êtes très content.”

La mise à jour des différentes façons de se procurer de la musique en ligne (recherches menées avec des moteurs de recherche³¹, téléchargements via *Soulseek* ou d'autres réseaux de P2P, forums d'échanges et de discussions, PM* échangés sur ces mêmes forums, liens déposés par des visiteurs dans les pages de commentaires des blogs, emails) montre l'éventail des canaux disponibles sur la Toile. Comme le montre l'exemple de ce que Pierre appelle ses “Russes”, lorsqu'un blogueur obtient une certaine visibilité sur la Toile, il peut alors compter sur les nombreux correspondants avec qui il a effectué des échanges et noué des liens d'amitié, pour trouver des disques. De fait, ces différents niveaux de sociabilité, plus ou moins publics, évoquent les différents agencements que l'on a déjà constaté dans le

31 Par exemple : "Beatles" + "Rapidshare" dans Google

fonctionnement des sites collectifs. Et là encore, les liens que les blogueurs tissent sur le Net évoquent ceux que l'on tisse dans la "vie réelle": leur chasse au disque en ligne rappelle fortement le collectionneur "réel" de disques qui visite régulièrement les soldeurs avec qui il est devenu ami, se rend de temps en temps dans une foire aux disques, échange des disques avec des proches et lit la presse et des ouvrages spécialisés. De plus, le fait que certains des disques promus par les blogueurs d'albums proviennent pour partie de magasins ou d'équipements publics de proximité (les médiathèques), nous indique qu'il existe un *pont* entre les deux mondes, que grâce à la fluidité du codage numérique les fichiers musicaux circulent d'un espace à l'autre.

b) Blogs d'albums #2 : la datation

Le deuxième point qui mérite d'être relevé ici concerne la datation des musiques proposées par les blogueurs d'albums du panel. En effet, dans leur grande majorité les albums mis en téléchargement ne semblent pas procéder d'une actualité musicale récente. Même sur le blog de Francis (très prolixe), la relation entre les disques récents et anciens est au profit de ces derniers. Surtout, pour Francis comme pour les autres blogueurs d'albums du panel *l'aspect patrimonial est prépondérant*, aspect qui se décline notamment par le fait d'établir (voire de rétablir) des généalogies stylistiques et/ou de mettre en relief de segments musicaux très spécifiques. Cet intérêt pour des "vieilleseries"- y compris du côté des objets et des supports- est d'ailleurs explicite.

FR : "Cela veut dire que vos centres d'intérêts (y compris pour votre musique) sont "in the past" ?

Pierre : (...) Ah oui complètement in the past... L'autre jour j'ai estimé - et c'est assez marrant - que 80% de la musique que j'écoute est plus vieille que moi. Idem pour le cinéma (pas le film de la semaine hein je vais voir bien sûr des trucs récents). Le cinéma que je re-re-re-re-revois est plus vieux que moi : Cronenberg, Kubrick, Argento... Je me l'explique pas mais c'est comme ça, je suis resté captivé par les choses VHS que j'ai découvertes à 11-12 ans...

FR : Vous avez collectionné des VHS ?

Pierre : Non mais maintenant oui, pareil pour les vinyles j'ai commencé il y a deux ans.."

Même registre pour

Laurent (blog *Galloties*) : "(...) J'écoute quasiment aucune musique actuelle ou très rarement. Enfin si, ça m'arrive quand même, mais beaucoup plus porté vers les.... Jusqu'à la fin des années 80 tout me va, mais après j'ai un problème (...)"

Conformément à cette charte éditoriale, la page d'accueil de *Galloties* comprend un menu où sont inscrites les années de parution des albums proposés par Laurent et le nombre de disques qui y correspondent : 1960 (1), 1966 (2), 1967 (4), 1968 (7), 1969 (9), 1970 (15), 1971 (14), 1972 (8), 1973 (4), 1974 (7), 1975 (16), 1976 (10), 1977 (15), 1978 (26), 1979 (15), 1980 (11), 1981(9), 1982 (8), 1983 (9), 1984 (2), 1985 (3), 1986 (3), 1987(1), 1988 (1).

Au point de vue graphique, le logo conçu par Laurent confirme son enracinement dans le passé : on y voit un cochon/prêtre entouré par des synthétiseurs analogiques qui -pour les connaisseurs- évoquent clairement les années soixante-dix.



Figure 13 : le logo du blog
Galloties

Ce goût pour les répertoires anciens et (considérés comme) négligés -par exemple celui du rock français ou la musique de film et synthétique des seventies- et le désir de les faire (ré)émerger dans l'espace public fait penser à la démarche des forums/webzines du panel *Metalardent* ou *Autoban* qui comportent également des sections consacrées aux “vieux disques”. De même, la mise en parallèle de ses propres souvenirs avec des musiques du passé -souvent pratiquée par un Krüger- évoque la façon dont certains blogzineurs utilisent des anciens albums et/ou des playlists pour médiatiser (au sens d'exprimer) leur histoire personnelle. Dans la plupart des cas, le goût pour le passé musical s'inscrit dans une démarche de type généalogique qui s'apparente, à de nombreux égards, à celle des historiens de l'art. D'où le recours fréquent à des biographies issues de sites spécialisés ou à des encyclopédies en ligne ou papier.

FR : “(...) Quelles sont vos sources pour les notices biographiques ? (..) ?

Duno (du blog *Swinglo* orienté jazz) : En général, je cherche une chronique existante qui reflète mon opinion, je manque de temps et tellement de gens expriment mieux que moi les qualités d'un album.... Je cite mes sources, tout de même, rendons à César...”

Quant à lui, Krüger recourt à un vaste champ de références non seulement pour commenter les disques qu'il recommande mais aussi pour en découvrir de nouveaux.

FR : “Vous utilisez des bouquins ou des sites pour des infos sur des artistes ?

Krüger : Oui, de nombreux plus des revues. Une liste rapide ? *Dictionnaire du rock* d'Assayas pour le rock, *Kobé* pour l'opéra, pour le jazz un dico moyen mais deux grands bouquins (*Passeport pour le Jazz*). Je continue : collection "Le mot et le reste". Revues ? *Magic* et *Vibrations* etc. (...) AMG (*All Music Guide*) comme site oui, m'influence beaucoup.”

En somme, on peut considérer les blogueurs d'albums comme des sortes d'archéologues/ prescripteurs- ou encore des journalistes spécialisés s'efforçant de donner leur version de l'histoire des musiques qu'ils aiment.

C) Blogzines et webzines #1 : de la veille numérique aux bibliothèques

À la relative autarcie des blogueurs d'albums répond la variété des sources auxquelles s'abreuvent les blogzines et webzines. En effet, que ces sites rendent compte de plusieurs domaines culturels ou soient plutôt centrés sur la musique, leur intérêt pour différentes domaines (l'actualité discographique, le patrimoine, les concerts, les livres, les DVD etc.) et

la diversité de traitement de ces thématiques (articles, interviews, captations, images, chroniques etc.) les amène à chercher de l'information dans de multiples directions. Pour ce faire, tous les blogzineurs et blogzineuses mettent en place une sorte de *veille numérique* : grâce à des outils d'agrégation de type Netvibes au sein desquels ils (elles) regroupent des liens et/ou des fil RSS* vers des sites de référence et les consultent très régulièrement. L'organisation décrite ci-dessous par Arnaud peut être considérée comme une sorte de paradigme que l'on retrouve -à des degrés divers- presque systématiquement. Rappelons qu'Arnaud est journaliste et qu'il contribue au webzine *Pressbuton* qui est dédié aux cultures électroniques et émergentes.

Arnaud : “L’info nous est délivrée par mails. On reçoit quotidiennement entre dix et trente mails d’attaché-e-s de presse, de salles, d’agences de communication diverses, donc on est un peu spamés ouais... (...) On est dans le réseau. Mais l’information, on va surtout la chercher car c’est notre boulot.

FR : Comment faites-vous cette recherche ?

Arnaud : La recherche après c’est une veille quotidienne, permanente. En ce qui me concerne, pour m’informer dans le domaine de la musique j’ai une belle page Netvibes sur laquelle j’ai plein de blogs, pleins de sites qui me permettent d’avoir de l’information. Ce n’est pas mes dépêches AFP à moi mais ce sont mes réseaux d’information. Donc ça c’est un aspect et l’autre aspect c’est la presse musicale en tant que telle. Moi je lis beaucoup, *Wire*, *Mojo* plutôt la presse britannique, je suis un très grand client de *Wire* et de *Mojo*. J’avoue que la presse musicale française m’ennuie un peu même celle pour laquelle j’écris. Donc c’est plutôt la presse anglo-saxonne qui m’intéresse et les blogs afférents. Donc, on sent les groupes qui sont en train de monter qui vont arriver en France. La France et l’Europe sont un peu en bout de chaîne. Prenons l’exemple du groupe qui s’appelle The XX, qui a joué, il y a une semaine à Paris, qui est un peu le groupe anglais du moment. Ils sont quatre, tout de noir vêtus, ils font une musique en pointe sèche. Eh bien, cela fait six mois qu’on les voit arriver. Ça a été gros comme une maison, orchestré plus ou moins par le label enfin c’était inévitable, donc c’est parfois intéressant de documenter ça...

FR : Vous avez quoi comme autres sources ? Des maisons de disques britanniques ? Vous êtes abonné à des newsletters ?

Arnaud : Oui, au maximum, aux newsletters des labels, des journaux en question. Ils ont tous des blogs maintenant, donc c’est intéressant d’aller voir ce qui se passe dans ces domaines-là. Et puis aussi simplement les discussions avec les musiciens, avec les gens. C’est aussi un petit réseau, donc on discute. (...) Les sites américains : *Stereogum*, *Gorilla v/s Bear*. Enfin les cinq ou six blogs de référence sur lesquels tout le monde va, autant les rédactions que les blogs français. Cela m’arrive d’aller sur les blogs français pour finalement ne pas aller lire les versions américaines. Parfois lire l’américain, c’est un peu fatigant... (...). Mais bon, *Babel* fait un travail de captation de concerts qui est intéressant. Mais je vais plutôt sur des blogs américains c’est là que l’on ressent le bouillonnement musical actuel.

FR : Est-ce que vous regardez des pages d’artistes sur MySpace ?

Arnaud : Oui, régulièrement je vais sur les pages MySpace d’artistes dont j’entends parler sur des sites prescripteurs (...). Je n’y passe pas des heures mais je lis la biographie en diagonale, je vois à quoi elle ressemble, j’écoute trois morceaux et puis je me fais mon avis là-dessus. (...)

FR : Qu’est-ce que vous utilisez comme plate-formes et types de moyens pour écouter de la musique ? Est-ce que vous utilisez du Peer to Peer ?

Arnaud : Oui, comme tout le monde. Il y a une grande hypocrisie dans ce domaine là !

FR : Ca veut dire eMule et les Torrent c’est ça ?

Arnaud : Moi c’est plutôt les Torrent de référence, *Pirate Bay*, *Mininova*. Comme tout le monde dans toutes les rédactions, tout le monde fait ça, personne ne le dit mais tout le monde le fait. J’ai remarqué que, de plus

en plus, il y a des blogs complètement illégaux, pas français, qui en fait proposent non pas du Peer to Peer mais en fait de télécharger façon Rapidshare*. Ils font un petit peu le travail avant nous. Donc on va sur ces blogs là qui sont modérés. Ca devient intéressant pour les artistes d'être placés sur ces blogs, parce que c'est des blogs vraiment pour la découverte. Il y a un blog qui s'appelle *Bolachas Gratis*, c'est Portugais et c'est le blog sur lequel tout le monde va ces temps-ci pour trouver des choses que les labels n'ont peut-être pas les moyens de promouvoir. (...)

FR : Vous connaissez les agrégateurs de ces types de blogs ?

Arnaud : Oui, il y a *Totally Fuzzy* * qui fait un bon travail mais ce n'est pas un blog c'est un site. Je vais souvent sur ça”.

Ce dispositif aux multiples ramifications, Arnaud l'utilise essentiellement pour trouver de l'information circonstanciée, appréhender les nouvelles tendances à venir et télécharger de la musique. Pour des recherches bibliographiques, historiques, documentaires, il s'en remet, lui aussi, à des équipements publics où il consulte des magazines de référence, des ouvrages et travaille à ses articles.

Arnaud : “Je n'utilise pas les blogs pour parfaire ma culture générale. Je vais encore dans les médiathèques, j'emprunte encore des disques à mes amis. Je lis des livres.

FR : Quelle médiathèque fréquentez vous ?

Arnaud : Dans le 11e, Voltaire à Parmentier (*Arnaud réside à proximité* FR). Donc je prends un grand coffret et j'écoute des choses, je fais des copies CD (...) Je vais souvent à la BPI (*Bibliothèque Publique d'Information*), au Centre Pompidou, pour faire des recherches, c'est un endroit agréable.

FR : Quand vous êtes à la BPI, il y a un accès wifi non ?

Arnaud : Il y a un accès wifi assez contraignant parce que cela ne marche pas très bien et limité. Donc je n'y vais pas pour le Net. C'est uniquement pour déplacer l'énergie, le mouvement du travail, me documenter aussi parce qu'il y a les journaux, il y a *Wire* par exemple que je peux consulter facilement, il y a pas mal de livres sur la musique. J'y ai passé pas mal de temps récemment parce que j'ai dû écrire pas mal de choses (...) pour des coffrets thématiques, rock, électro etc.”

Cependant, d'autres membres du panel se documentent également en ligne notamment auprès de l'encyclopédie en ligne Wikipédia.

FR : “Vous utilisez des plates-formes, des sites etc. quand vous parlez d'un truc ?

Carl : Ben oui, il y a clairement des références. Enfin, je vais regarder Wikipédia parce que généralement c'est une forme qui me semble un peu neutre qui me permet d'avoir un peu le background du groupe, des choses comme ça pour voir d'où ils viennent.

FR : C'est Wikipédia en français ou ?

Carl : Les deux mais l'anglais est beaucoup plus fourni, voilà. Ben après, il y a des sites spécialisés qui ont pu faire des articles ou après des lectures de blogs que je suis amené à écouter, un disque qui m'a plu et donc parfois je fais référence aussi à ces sites qui, en fait, étaient des prescripteurs.”

Cette préférence pour la version anglaise de l'encyclopédie en ligne est régulièrement revenue dans les discussions, de même que le fait de panacher les sources écrites, picturales, audio et vidéo.

Alexandre (blogzine *Discogood* et webzine *Nickelodéon*) : “Alors, j'utilise pas mal Wikipédia surtout en anglais aussi, ça dépend des artistes mais il est souvent plus riche en version anglaise. J'utilise pas mal *Discogs* aussi, *Discogs* qui est un petit peu une sorte de librairie en fait, c'est-à-dire qu'on clique sur un artiste et on a toute sa discographie qui apparaît ainsi que les collaborations, donc ça permet aussi de faire des liens, heu... Après on regarde aussi sur des sites comme, ben, *Babel*, des trucs comme ça en fonction de l'artiste si ils en ont déjà parlé, heu... Je me renseigne sur les vidéos qui existent que ce soit sur Youtube, Dailymotion ou Vimeo, heu voilà j'y vais un peu à tâtons et c'est vrai que lorsque je tape sur Google le nom de l'artiste... Si, j'utilise aussi MySpace aussi bien sûr mais c'est vrai que je tape un petit peu dans Google une première fois et puis je vois sur les deuxième, troisième pages ce qui peut ressortir, heu, si je connais déjà le label de la personne, je peux aussi aller voir si il y a une actualité (...).”

Pour se faire une idée sur des artistes, certains membres du panel privilégient plutôt les sites de streaming comme Deezer ou Spotify.

FR : “Vous n'utilisez pas d'autres plate-formes comme Wiki, Last FM* des trucs comme ça ?

Carmen (blogzine *Petula*) : Non. Deezer si, pour écouter mon réflexe c'est Deezer. Si il n'y a pas (*ce que je cherche*) je vais sur YouTube. YouTube c'est bien aussi pour voir, ben justement, en live les clips, si ça donne des indicatifs sur l'univers du groupe aussi, du coup c'est bien.”

Carl a même souscrit un abonnement au site d'écoute Spotify et, du coup, a arrêté de recourir au P2P, un déplacement que certains analystes du Web pensent être une tendance lourde des années à venir³². Carl utilise néanmoins encore Deezer (le concurrent de Spotify) lors de ses déplacements via son téléphone mobile.

FR : “Vous utilisez du Peer to Peer des trucs comme ça ?

Carl : Alors, j'en ai utilisé beaucoup, longtemps, voilà mais c'est plus le cas depuis notamment dernièrement Spotify, du coup je paye hein.

FR : Vous êtes premium c'est ça ?

Carl : Oui parce que je trouve que c'est un peu l'avenir que ce soit ça ou alors Deezer ou Last FM et avant Radio Blog. J'ai un iPhone donc je suis aussi sur iPhone (*avec*) Deezer parce qu'il n'y a pas tout sur Spotify, notamment le dernier album c'était Emily Jane White, il n'y est pas encore. Ou Alela Diane il n'y est pas mais ils sont sur Deezer donc c'est pour essayer de diversifier les sources. Mais du coup, j'ai totalement perdu le contact physique avec l'album. À la limite, les albums que je reçois physiquement par les maisons de disques ils sont déjà en ligne sur ces supports.”

D'autres membres du panel consultent des sites plus spécialisés, les infos fournies par les labels et, parallèlement, semblent délaisser les magazines papier.

FR : “Est-ce que tu utilises aussi des ressources on line pour tes papiers ? Wiki, Last FM etc. ?

Kevin : Sous Windows oui. J'utilise pour me documenter des sites comme *Metal Archives* en général, qui est une sorte de Wiki métal ultra complet et fiable à 99% ou les sites des labels quand il s'agit de "gros" groupes, pour lesquels y'a des dossiers de presse

FR : Des bouquins ? Tu lis la presse musicale généraliste ou spécialisée ? Est-ce que tu consultes surtout des sites francophones pour trouver de l'info ?

Kevin : Des bouquins métal nan pas trop, j'ai lu deux, trois trois trucs sur le black metal, les dérives satanistes et compagnie mais c'était de la curiosité, pas pour me documenter, pour écrire une chro. La presse

³² Voir par exemple les analyses de Philippe Astor :
<http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39500800,00.htm>

généraliste musicale non. La presse spécialisée, j'ai été abonné à *Hard N' Heavy* pendant un an puis j'ai arrêté, depuis je la lis pratiquement plus. Sinon je consulte d'autres sites metal oui, mais pas vraiment pour me documenter, plus pour comparer mon avis avec celui d'autres chroniqueurs des autres sites."

Quand à lui, Patrick n'utilise guère les ressources en ligne ou les matériaux fournis par les labels pour se documenter parce qu'il souhaite conserver une sorte de fraîcheur en face des œuvres.

FR : "Est-ce que vous utilisez des moyens sur Internet pour vous documenter ?

Patrick : Très peu, je déteste les critiques qui incorporent soit des passages de communiqués de presse soit de l'information purement trouvable sur Wikipédia, soit des interviews qui vont parler du groupe. Moi je m'attaque au disque, à la musique. Je préfère être le moins influencé possible et en savoir le moins sur le groupe. Cela m'arrive même de recevoir le premier album d'un groupe et de ne même pas essayer de savoir de quelle nationalité il est, c'est-à-dire vraiment juger le disque en lui-même sans être influencé parce qu'il y a à côté."

D'une façon générale, le "tout numérique" n'est pas majoritaire et la recherche de références générales (histoire de styles, biographies, généalogies etc.) conjugue le surf sur le Web et la lecture de divers supports papiers. Plusieurs blogzineurs sont d'ailleurs abonnés à des magazines culturels français et britanniques et en particulier les magazines britanniques *Wire* et *Mojo*.

FR : "Vous utilisez Wikipédia, des bandes de données musicales ?

Franck : Ouais, pas mal, pas mal. Après j'essaie de pas en rester là. Utiliser éventuellement des bouquins."

Le site *Myspace* est également utilisé par bon nombre de personnes pour découvrir des artistes et écouter des extraits de leur productions. Le cas échéant on peut alors les contacter.

Bertrand (forum *Autoban*) : "(...) Par exemple un ami qui va me faire écouter un truc en soirée : "tiens un nouveau truc que je viens de découvrir, c'est pas mal tu connais etc". (...) et puis moi après je vais aller sur Internet, je vais revenir chez moi, regarder le MySpace et dire : "ah ben tiens ça me plaît" et puis je vais essayer de trouver le CD, écouter un peu."

Si Bertrand possède plusieurs pages Myspace (notamment dédiées à sa propre musique), Arnaud l'utilise en tant que "simple" visiteur.

FR : "Est ce que vous regardez des pages d'artistes sur MySpace ?

Arnaud : Oui, régulièrement je vais sur les pages MySpace d'artistes dont j'entends parler sur des sites prescripteurs, bien sûr je vais jeter une oreille sur la page MySpace c'est pratique. (...) Je n'y passe pas des heures mais je lis la biographie en diagonale, je vois à quoi elle ressemble, j'écoute trois morceaux et puis je me fais mon avis là-dessus."

À la façon de Bertrand et d'Arnaud, plusieurs membres du panel ont rapporté avoir ouvert une page Myspace ou consulter le site régulièrement. Il est temps de résumer ce paragraphe consacré à la façon dont les blogzineurs et webzineurs recherchent de l'information.

Tout d'abord, on a vu que la plupart d'entre eux (elles) sont à la recherche des nouvelles tendances -styles à venir, groupes prometteurs, disques etc.- que *les autres ne connaissent pas encore*. Pour ce faire, ils recourent presque tous (et toutes) à un outil de

veille de type Netvibes. Grâce à cette interface, l'utilisateur agence toute une série de sites dont il peut consulter quotidiennement (ou plus) les nouveaux messages. Si certains membres du panel utilisent plutôt des fils RSS* ou des favoris regroupés dans des dossiers le principe reste le même : disposer d'une sorte de salle de contrôle, une espèce de gare de triage transnationale. De façon significative, les différentes listes de sites mentionnées lors des entretiens comprennent en effet des plateformes de nombreux pays et en particulier anglophones. De plus, cette veille est complétée par la consultation de divers sites-ressources proposant des textes, images, des vidéos, des téléchargements, etc. On verra plus loin que cette veille est complétée par des discussions sur Twitter et Facebook. Au-delà des différences de configuration, *le principe reste de regrouper et de surveiller des flux d'informations*, d'une façon qui, là encore, évoque la lecture par les journalistes des dépêches d'agence de presse.

Dernier point significatif. Lorsqu'il s'agit de trouver des données concernant plutôt le passé, la presque totalité du panel se tourne vers des encyclopédies en ligne (généralistes ou spécialisées, textuelles ou sonores) *et* vers de la documentation papier : livres, dictionnaires, revues. Ce recours à des ouvrages de référence nous montre l'intérêt des membres du panel pour les généalogies, l'histoire culturelle et relativise considérablement le cliché du blogueur-zappeur, flottant dans un monde virtuel, sans histoire, ni références. On doit également remarquer que de jeunes amateurs scrutent le passé (rock ou classique, musical ou cinématographique) tandis que des quinquas se passionnent pour les dernières tendances, autrement dit que la concordance entre les individus du panel et les musiques de leur génération est loin d'être mécanique³³. Ici, on est bien en face de personnes qui vont et viennent d'un monde à l'autre, d'une époque à l'autre, du numérique au papier et *comparent* les flux de données.

33 À ce sujet on se reportera aux travaux de Marc Touché en France et de Simon Frith en Grande-Bretagne. Dans une étude que j'ai menée en 2005/2007, *la circulation et l'usage des supports enregistrés en Ile de France*, j'avais constaté que des jeunes musiciens déclaraient avoir éprouvé un fort attrait pour la musique grâce à des répertoires (Beatles, Police, Pink Floyd, Hendrix etc.) qui dataient de l'adolescence de leurs parents voire même d'avant.

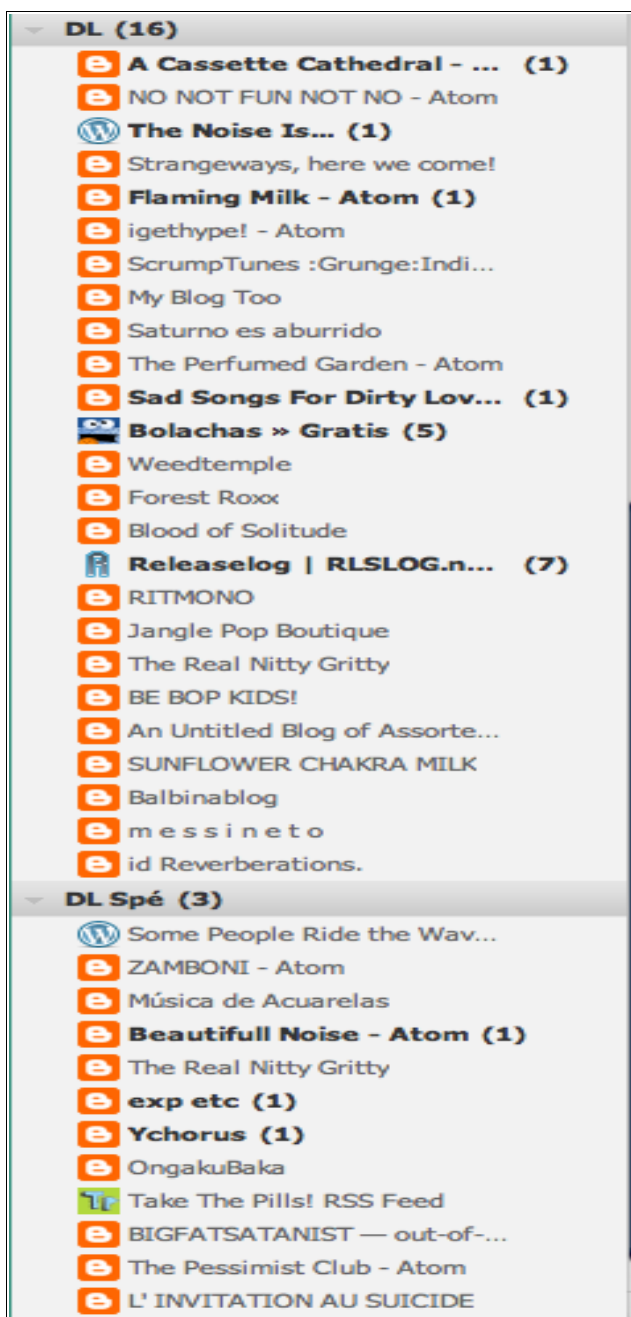


Figure 14 : une copie de la page Netvibes de Scratch (blogzine Milkshakes)

Les acronymes *DL* et *DL spé* signifient "download généralistes" et "download plus expérimentaux" c'est-à-dire des blogs de téléchargement proposant respectivement des musiques de plusieurs styles et des blogs aux contours plus sérieux. Les chiffres placés en face des noms de sites indiquent le nombre de nouveaux messages apparus depuis la dernière consultation par l'utilisateur. À droite, précédant le nom du site, on remarque les logos des plateformes sur lesquelles sont hébergés les blogs. dans le cas présent c'est Blogger qui est dominant.

d) Blogzines et webzines #2 : quand les ressources viennent d'elles-mêmes

Au tout début du paragraphe précédent, Arnaud a mentionné qu'il recevait de nombreuses sollicitations émanant d'agences et d'attachés-es de presse, il a d'ailleurs parlé de spams pour rendre compte de l'abondance d'emails qu'il recevait. De même, Isabelle a affirmé son refus de recopier des dossiers de presse qui accompagnaient les disques qu'elle chroniquait. Ces propos nous indiquent que certains membres du panel reçoivent un grand nombre de sollicitations, d'une part, et, d'autre part que ces sollicitations s'exercent à l'endroit de personnes qui ne sont pas des journalistes professionnel-les. De fait, dès que des blogzines ou des webzines sont repérés sur la Toile, des structures désireuses (ou leurs représentants) de diffuser leur production leur font parvenir des informations, des invitations, des disques, des objets à tester etc. En d'autres termes, *les informations et les musiques peuvent parvenir aux blogzines et webzines avant même que ceux-ci ne les cherchent*. On en restera ici à la

musique sachant qu'il en est de même pour la photo, le cinéma, le théâtre, les livres, les expositions, fabricants d'appareils électroniques etc. Examinons d'abord comment et sous quelles formes ces contenus sont proposés. Les premiers "proposants" que l'on va évoquer sont les labels de disques.

FR : "(...) Il y a de la couverture d'actu ou pas dans *Nickelodéon* ?

Alexandre (blogzine *Discogood* et webzine *Nickelodéon*) : Oui depuis sa refonte, on a une rubrique news et events, donc parler aussi bien d'un concert d'un festival ou l'actualité musicale. (...)

FR : (...) Vous avez des contacts avec des agences, des maisons de disques, des labels ?

Alexandre : Alors je sais que je suis en général inscrit aux newsletters et je sais que des fois ça m'arrive il y a des labels qui me contactent. Donc moi, des fois j'allais les démarcher, j'ai eu un contact avec le label Ubiquity qui m'a envoyé des morceaux d'un album qui n'était pas encore sorti.

FR : Sous forme de liens alors ?

Alexandre : Oui sous forme de liens et voilà et c'est sûr que moi après je me sens pas obligé de le poster sur mon blog mais si ça me plaît en tout cas je le ferai."

Plus tard dans l'entretien, Alexandre m'explique qu'une maison de disques lui a déjà fait parvenir des listes d'artistes et d'albums en lui signalant que s'il était intéressé il pourrait recevoir les disques. Il précise qu'il a également déjà reçu quelques CD(s) par voie postale. La presque totalité des blogzines et des webzines - à l'exception de Scratch et de Véza- me confirme que des maisons de disques les démarchent. Si Luc m'explique qu'il ne souhaite pas recevoir de disques, d'autant plus que son blog n'est pas consacré à l'actualité, rares sont ceux et celles qui refusent systématiquement de recevoir des disques.

FR : "Quel type de musique vous critiquez ?

Patrick (qui anime deux blogzines) : rock, électro, pop, hip-hop, jazz, métal, hardcore, globalement tout en fait sauf des styles qui ne m'intéressent pas pour des goûts personnels comme le reggae, sinon je crois que c'est vraiment assez large.

FR : Comment vous procurez vous les disques ?

Patrick : Alors on va dire qu'à 75 % je les reçois.

FR : Ca a commencé comment ?

Patrick : *Cela a commencé quand j'ai été intégré à la blogosphère donc identifié comme acteur. Cela a commencé doucement, avec les petits labels, et cela a beaucoup augmenté depuis que je suis très bien classé dans Wikio* (il s'agit d'une plate-forme qui classe les blogs FR). Aujourd'hui je suis sixième dans le top Wikio musique et très clairement depuis j'ai vu que les majors commençaient à m'envoyer les disques aussi ce qui n'était pas le cas lorsque j'étais vingt-cinquième.*" (c'est moi qui souligne)

Ce rapport entre le fait d'être identifié sur le Web par les labels et de recevoir un nombre important de disques est confirmé dans les entretiens.

FR : "Vous recevez combien de disques à peu près ?

Michel : Je sais pas, quatre, cinq par semaine des maisons de disques et j'en reçois par mail des auto-produit des fois (...)...Presque tous les jours j'en reçois un ou deux. Mais je ne chronique pas tout hein."

Michel mentionne au passage qu'il reçoit un nombre significatif de disques appartenant à des styles (par exemple hip hop) auxquels il ne s'intéresse pas.

Michel : “(...) Il suffit de jeter un œil un peu sur mon site pendant un petit quart d’heure pour s’apercevoir que je parlais jamais de ça quoi. Ils jettent un peu de l’argent par la fenêtre ces gens-là. Et puis tout doucement ça s’atténue maintenant, c’est pas toujours de la musique que j’apprécie, mais en tout cas c’est toujours un type (...) donc potentiellement je pourrais (...) parler. (...)”.

Comme Michel, plusieurs blogzineuses et blogzineurs s'étonnent de recevoir des disques qui, à l'évidence, ne correspondent pas avec leur démarche éditoriale. Ainsi Carl (*Aujourd'hui*), Poc (*Playloud*) et Pénélope (*Babel*) disent avoir souvent été démarchés pour des disques qui ne correspondaient pas à ce qu'ils écoutent ou souhaiteraient découvrir. Le même Poc a d'ailleurs rédigé une sorte de manifeste/charte visant à encadrer les relations entre les blogueurs et les labels de disques. Justement, Frank (blogzine *Ressence*) constate qu'il est quelque peu débordé par les propositions.

FR : “Qu’est-ce que vous recevez comme sollicitations, si on parle de disques et d'événements ?

Franck : Alors je reçois, on va dire, trente sollicitations mail par semaine et là, depuis la rentrée, c’est quatre, cinq disques par semaine, ou liens téléchargement, ça revient au même.

FR : Quelle est la proportion de disques que vous chroniquez ?

Franck : Comme j’en reçois de plus en plus, la proportion diminue, parce que je veux continuer à aussi découvrir des trucs par moi-même. Là, je suis dans une phase un peu critique (rires), où là, il faut un peu que je gère la rançon de ma gloire.”

Nombre de blogueurs (euses) m'expliquent que les maisons de disques- et notamment les majors- mettent régulièrement à leur disposition des codes d'accès leur permettant de télécharger des disques dans des sites protégés. À contrario des exemples qui viennent d'être donnés, les sites -ou les contributeurs d'un site- moins repérés par les labels sont contraints de s'adresser aux structures qui ont en charge la promotion des disques qui les intéressent.

FR : “Vous recevez quoi à peu près par semaine ?

Bertrand (forum/webzine *Autoban*) : Ah moi, je reçois très peu de trucs. Généralement, ce que j’essaie de faire c’est de demander aux labels d’envoyer des liens, je préfère recevoir les liens que les CD(s). Et puis en plus, en fait disons, quand on reçoit un CD, on se sent, enfin moi personnellement, je me sens toujours un petit peu obligé de le chroniquer, même si ça va pas me plaire etc. Alors que quand je reçois un lien on va dire que c’est plus neutre. Ça engage à rien quand on a le lien, on se dit voilà, il a pas dépensé des sous pour m’envoyer le CD, voilà, donc généralement je préfère recevoir des liens. Sinon, y’a un label qui m’envoie de temps en temps ses productions, donc pareil, eux ils font les deux ; ils m’envoient les liens, mais ils m’envoient aussi les productions par derrière. Et après, ça va dépendre de chaque chroniqueur. Après chacun fait à sa sauce, y’en a qui sont en contact avec pas mal de labels qui reçoivent régulièrement des trucs, et d’autres reçoivent rien du tout et qui font que des découvertes sur Internet.”

Certains blogueurs peuvent néanmoins être amenés à tisser des liens plus étroits avec des structures.

FR : “À quel moment avez vous commencé à être contactée par des labels et des agences de com, quels échanges avez vous avec eux ? (...)

Nina (blogzine éponyme) : J'me souviens pas exactement du moment où j'ai commencé à être contactée par tous ces gens, sans doute quand je suis apparue dans le top Wikio. Ensuite je me suis retrouvée dans les tuyaux et le nombre de mails par jour est allé croissant. J'ai des rapports distants avec la plupart d'entre eux. Avec d'autres j'ai mis en place des partenariats (notamment une sortie d'album, mon logo s'est retrouvée sur la pochette du dernier album de Sébastien Schuller, tête de gondole à la Fnac, j'ai failli défaillir) pour des concerts surtout. Ils m'informent, m'envoient des disques, je leur dis ce que j'en ai pensé, et dans le meilleur des cas je fais une chronique."

Rolf (Webzine *GéantVerts*) mentionne également des partenariats réguliers avec des labels.

Rolf : "(...) Avec certains labels on travaille assez bien parce qu'on a des habitudes.

FR : Lesquels ?

Rolf : Le label La Baleine, heu on a qui d'autre heu ? Avec qui on fonctionne ? Bien oui, La Baleine c'est celui qui me vient en premier, il y en a quatre ou cinq avec qui, en tout cas, ça fonctionne bien. Ils sont réguliers, ils nous font des envois.

FR : Soit en CD ou des liens à télécharger ?

Rolf : C'est plus du CD oui, ils nous envoient du CD promo."

Globalement, trois groupes distincts de blogzineurs (webzines inclus) se détachent.

- Un premier groupe n'est pas (ou très peu) démarché par des labels.
- Un deuxième s'en méfie voire refuse de recevoir des disques ou d'autres sortes de sollicitations. Logiquement, ces blozineurs (euses) cherchent eux-mêmes les disques qui les intéressent.
- Un troisième groupe reçoit de nombreux disques (auto produits, émanant de petits labels ou de plus grosses compagnies). Une partie de ce groupe a tendance à soutenir prioritairement les petits labels et les auto produits ce qui s'exprime notamment par le fait de réserver les critiques négatives aux disques produits par des majors*. Dans les mots de Michel.

FR : "Comment est-ce que vous faites votre tri, par l'écoute justement ?

Michel : Ah, que par l'écoute. Alors quand c'est des autoproduits j'écoute tout et quand j'aime pas j'en parle pas. (...) Je ne parle que des autoproduits que j'apprécie, par contre pour les majors, là les chansons que tout le monde connaît et qui ont pignon sur rue, là je donne un avis qui est le mien, qui est objectif pour moi en tout cas et qui peut être positif ou négatif."

À mi chemin entre le refus d'écrire des recensions négatives et celui de dire tout ce que l'on pense, Isabelle de *Sanstoiniloi* a mis au point sa propre méthode.

Isabelle : "J'envoie également énormément à certaines personnes chez des labels, à des groupes.

FR : Avant publication ?

Isabelle : Oui là avant publication, comme le travail d'un journaliste quoi, y compris si c'est quelque chose où il y a beaucoup de points négatifs. Tout ce qui est publié je l'assume au moins (...). Donc ça m'est arrivé d'envoyer des chroniques aux artistes ou avec les personnes avec qui je suis en contact, les labels notamment où je dis : "j'ai écrit ça, il y a beaucoup de points négatifs, cela dit ton disque est intéressant et il mérite qu'on en parle". (...) Et du coup, ben y'en a qui se vexent. Ça arrive très, très rarement, c'est arrivé une fois ou deux où ils disent : "ben non je préférerais que tu enlèves ce paragraphe parce que là ça

me fait mal". Mais au moins tout est justifié c'est pas de la violence gratuite, moi je trouve pas ça intéressant et voilà s'il y a quelque chose qui m'a déçu je suis capable de le dire au moins"

Plusieurs autres blogueurs mentionnent le fait qu'ils ont cessé de recevoir des disques après avoir écrit (ou omis de publier) des critiques, Carl m'explique qu'il ne publie plus de mauvaises critiques de disques car il a senti que c'était peu apprécié par les artistes. De façon concomitante, Andy (Webzine *Indéactu*) m'explique même que lorsqu'il écrit un email à des groupes rock pour leur expliquer avec diplomatie qu'il ne peut rédiger une chronique il lui arrive parfois de recevoir une lettre d'insulte en retour.

Certains blogzineurs n'hésitent pas à émettre des jugements négatifs à propos de n'importe quel disque et ce quelque soit la dimension du label.

Patrick : "(...) Je vais souvent écrire de mauvaises critiques car je n'écris pas uniquement sur ce que j'aime, j'écris sur les œuvres en général. Je trouve que contrairement à l'image que peuvent en avoir certains, nos relations sont plutôt bien, honnêtes, ce sont de bonnes relations de travail. Je n'ai pas de pressions pour écrire vite, pas de pressions pour écrire un truc qui fasse l'éloge d'un disque. "

Si l'on compare cette façon de faire avec celle d'Isabelle ou de Michel on constate donc deux façons différentes de mettre en pratique ce que l'on pourrait appeler une éthique du blogging. Les uns privilégient un certain type d'économie du disque (les labels indépendants et les artistes autoproduits) et de répertoires alors que les autres insistent plutôt sur leur indépendance vis-à-vis des artistes et de leurs représentants.

D'une façon générale, les blogzines et webzines du panel sont démarchés pour bien d'autres événements musicaux que les seuls disques. Il peut s'agir de concerts -accompagnés parfois d'interviews-, de festivals (parfois éloignés de leur lieu de résidence), d'expositions consacrées à la musique (par exemple celles que la Cité de la Musique a consacrée à Miles Davis d'octobre 2009 à 2010) mais aussi de conférences de presse voire de rencontres organisées avec des artistes. Écoutons encore Rolf -dont le témoignage est assez représentatif- nous décrire ces diverses sollicitations et les collaborations qui en résultent

FR : "Et en ce qui concerne les événements culturels alors ?

Rolf : Pareil, on est sollicité(s) régulièrement, on s'associe par exemple régulièrement à des soirées en partenariat. C'est de l'échange de visibilité. Alors pareil, il n'y a pas d'argent en jeu, c'est... Tu mets mon logo sur ton affiche et moi je te mets ton affiche sur mon site, voilà je veux rien de plus que ça.

FR : Et qui est-ce qui vous sollicite dans ce cas-là pour des soirées ?

Rolf : Généralement c'est les chargé-es de promotion des soirées ou des concerts. Depuis deux ans, on est partenaire du festival *la Terra Trema* qui se déroule à Cherbourg. Donc là, c'est pas pareil, heu voilà, où on fait ce que l'on appelle du live report c'est-à-dire qu'on a quelqu'un sur place qui nous commente ce qui s'est passé la veille sur place, avec photos. Pour l'instant, on l'a fait avec photos et textes parce que c'était un peu compliqué pour faire de la vidéo, ça demande du montage, donc très chronophage... Avoir quelqu'un derrière c'est coûteux parce qu'il faut avoir un bon monteur. Donc, on ne l'a pas encore expérimenté mais je pense que l'année prochaine on sera partenaire du festival. On a eu un envoyé spécial pour *Calvi on the Rocks* qui est un festival en Corse, festival pour le coup là très branché. On n'était pas partenaires mais on a eu des accréditations, ils nous ont sollicité pour qu'on vienne.

FR : Donc ça veut dire voyage payé aussi ?

Rolf : Ouais, ouais, plutôt sérieux.

FR : Là c'est passé par une attachée de presse ou directement par leur chargé-e de relations publiques ?

Rolf : C'était la responsable RP (*relations publiques* FR) oui je crois qui nous a contactés, mais c'est pareil ça, c'est des choses qui viennent par notoriété.

FR : Quand on parle de soirées là, c'est des soirées type Batofar c'est ça ?

Rolf : Oui showcases, Batofar (*Paris 13e* FR), Point Ephémère (*Paris 10e* FR), enfin toutes les salles. Toutes les salles de Paris nous connaissent tous. Moi j'y suis pas forcément mais en tout cas... Après, les auteurs se déplacent, les auteurs parisiens, en tout les cas, se déplacent et nous représentent. *C'est aussi ça aller au delà du virtuel* et maintenant on a une présence à Paris dans les salles, donc les gens nous reconnaissent un petit peu aussi, c'est pour ça je l'imagine qu'ils nous sollicitent." (c'est moi qui souligne)

Les invitations dont parle Rolf proviennent soit des salles soit des (représentants des) artistes qui s'y produisent. Carl d'*Aujourd'hui* restitue bien la pluralité des acteurs qui le sollicitent.

FR : "Qu'est-ce qui vous contacte d'autre, à part des maisons de disques ou des labels ?

Carl : Au niveau culturel pas mal de galeries, il y a eu des villes ou des départements culturels, notamment c'est la Défense pour le Festival de Jazz de la Défense, il y a eu plusieurs choses comme ça. Il y a eu la Villette où j'ai eu des invitations aussi.

FR : C'était quoi la Cité de la Musique ou le Musée ?

Carl : Alors les deux il y avait la Villette pour les spectacles dans les Grandes Halles et la Cité de la Musique pour, par exemple, Jazz à la Villette. Après qu'est-ce qu'il y a d'autre ? Après, il y a pas mal d'agences de com (...)."

Parfois, un lieu peut même être amené à solliciter un webzine afin qu'il assure -en tant que tel- une partie de la programmation et la promotion qui s'y rapporte.

FR : "Et la collaboration avec la salle de concerts comment ça c'est fait ça ?

Pénélope (qui s'exprime ici en tant que membre active du webzine *Babel*) : (...) Quand le Paris-Paris s'est fermé (*il s'agit d'une salle située à Paris* FR), ils ont contacté, enfin ils connaissaient déjà les membres de *Babel*. Je crois que ça a été une envie parce qu'ils aimaient ce que fait *Babel* qui a quand même une certaine reconnaissance du public par rapport à ce qu'on fait etc. J'avoue qu'au début j'étais pas très confiante sur l'idée que ça se fasse mais voilà pour l'instant on est sur deux-trois concerts par mois.

FR : Donc là ça veut dire que vous intervenez aussi comme programmatrice ?

Pénélope : Pas du tout, non. La programmation, pour l'instant c'est exclusivement H. qui s'en occupe (*il s'agit d'un des principaux responsables Babel* FR), moi je m'occupe de la promo Web principalement, un petit peu presse mais pas beaucoup, sur les concerts *Babel* uniquement. Parce qu'il faut que la salle démarre petit à petit et les gens sont pas encore tout à fait au courant qu'elle existe à nouveau et qu'on a une activité là-bas quoi..."

En d'autres termes, on ne demande plus seulement à l'équipe de *Babel* de rendre compte d'événements musicaux mais aussi de les co-organiser et d'en assurer la direction artistique. De plus, et ce fait est d'importance, ces événements se déroulent dans la une "vraie" salle de concert, à Paris.

Une autre forme de partenariat m'est rapportée par Patrick. Au moment où je le rencontre, celui-ci a accepté la proposition que lui a faite une structure financée grâce à du mécénat d'entreprise, en l'occurrence une marque d'alcool.

Patrick : “Les mecs qui gèrent ça ont vraiment une envie, alors oui c’est dans une optique d’entreprise mais en parlant avec eux on sent vraiment une passion pour la musique. Donc, après avoir participé à une table ronde, l’agence de communication qui gère leur site est allée sur mon blog, ils ont trouvé cela super bien et m’ont proposé qu’on lance un blog (...) qui soit intégré sur le site et ils m’ont proposé de le tenir et d’être le responsable éditorial à 100%.

FR : Qu’est-ce que cela signifie ?

Patrick : Cela signifie un article par jour, tous les jours de la semaine. C’est rémunéré et c’est plutôt sympa, car comme sur *Dico* je ne fais pas du tout de news parce que ce n’est pas dans ma ligne éditoriale cela me permet d’annoncer un concert, de parler d’un festival, de présenter un clip que je ne présente pas sur *Dico*. (...) C’est toujours gratifiant de me dire que *Dico* m’a permis de faire un job payé, rémunéré, voilà cela n’est pas désagréable.”

e) Blogzines et webzines #3 : les nouveaux messagers numériques

Si les blogzineurs (euses) sont contacté-es par des chargé-es de communication, des attaché-es de presse de labels ou de salles, les managers des formations ou des artistes, on doit remarquer que nombre de ces démarches sont assurées par *des agences de communication et de marketing dédiées au Web et dont les principales cibles sont les blogs*. Non seulement ces agences soumettent aux blogzines et webzines toutes sortes de manifestations et de supports mais elles agissent aussi comme des fédérateurs de la blogosphère musicale. Comment les blogzineuses (eurs) apprécient t-elles (ils) ces agences ? Cette appréciation est-elle identique pour toutes les agences et en particulier pour les deux structures étudiées lors de cette enquête ? Un premier registre de réponses exprime une certaine prudence vis-à-vis de ces deux structures.

FR : “On parlait tout à l’heure de *Théïne* et de *Concept* (il s’agit des deux agences rencontrées lors de cette étude FR) ?

Pénélope (Blogzine *Handmade* et webzine *Babel*) : Je passe pas du tout par eux, non.

FR : Ils viennent vers vous ?

Pénélope : En fait, j’ai fait leur connaissance il y a pas très longtemps et c’est vrai que *Concept* qui m’a contacté m’a proposé des choses qui, pour l’instant, ne me correspondent pas trop. Donc c’est vrai que j’ai pas du tout relayé ça. Mais je suis ouverte aux suggestions, j’essaie au maximum d’écouter ce que l’on m’envoie, ce que l’on me suggère mais c’est vrai que j’ai mes petits filons à moi et c’est déjà pas mal de travail à défricher donc.”

En effet, chaque mois Pénélope élabore patiemment un agenda de concerts soigneusement sélectionnés par ses soins. De son côté, Carmen (blogzine *Petula*) constate également qu’elle est souvent contactée par des agences qui mésinterprètent les thématiques de son site.

Carmen : “(...) J’ai été contactée par des agences de com, via Wikio, mais bizarrement pas par les agences de promo de musique. Donc moi c’est plus, par exemple des agences plus généralistes ou ciblées sur les filles, donc il y a un problème avec ça aussi parce que je suis une fille et je tiens un blog. Donc, on m’avait catégorisé dans les blogs de filles sauf que je ne parle pas de mode, ni de beauté, ni de maquillage ou quoi que ce soit et j’ai dû me battre un petit peu avec ça parce qu’on me proposait de chroniquer des

choses qui correspondaient pas du tout à mon éditorial. (...) C'est moi qui est dû faire la démarche de trouver la bonne agence promo ou le bon contact com pour recevoir les infos.

FR : Où est-ce que vous en êtes maintenant ?

Carmen : Je suis sur-sollicitée pour des chroniques de disques alors que c'est ce que je fais le moins finalement sur mon blog.

FR : Qui est-ce qui vous sollicite ?

Carmen : Là, c'est des agences de promo d'artistes."

Cette relative inadéquation entre les sollicitations de certaines agences et le contenu éditorial des sites - qui rappelle évidemment celle qui a été évoqué à propos des disques- est rapportée de façon plus balancée par Isabelle. Celle-ci remarque des différences d'approches en fonction des structures.

Isabelle (blogzine *Santoiniloi*) : "(...) Certaines boîtes qui se spécialisent vraiment dans la presse musicale, enfin dans la promotion musicale mais via les blogueurs, via Internet type *Théïne*, commencent à nous contacter directement en disant : "voilà ça nous intéresse, est-ce que tu voudrais faire ceci, cela". Il y a aussi *Concept*, les *Concept girls*, donc c'est *Concept* qui est une autre agence de promotion avec laquelle je n'ai pas énormément d'affinités parce qu'elles ne me proposent pas des choses qui m'intéressent. *Théïne* est beaucoup plus subtile dans sa manière de fonctionner. (...). C'est intéressant leur façon de procéder, c'est un peu du copinage et ce copinage fait que les blogueurs, comme finalement la pression qui est exercée sur les journalistes d'une autre manière, les blogueurs se sentent obligés de produire un papier. Ils se sentent obligés de produire quelque chose. Moi pas du tout (rires) toujours pas."

Cette complicité entre certaines agences spécialisées dans les blogs et les animateurs des blogzines/webzines est rapportée par Patrick.

Patrick : "(...) Il y a eu des agences de presse comme *Théïne* et *Concept* qui se sont spécialisées dans les blogs et qui ont organisé des apéros où nous étions tous conviés. Maintenant avec le PDG de *Théïne* qui est une agence de presse et avec (...) un site de captation live, eh bien régulièrement nous organisons des apéros où l'on invite des blogueurs, des attaché-es de presse, des gens des labels, en gros tous les gens que l'on connaît dans le milieu qui aiment bien la musique et boire des coups."

Trois constats s'imposent.

Tout d'abord, Patrick vient de nous confirmer ce que Rolf indiquait plus haut lorsqu'il évoquait ses liens avec des lieux parisiens et des festivals et parlait d'un passage du virtuel au réel : *la blogosphère musicale n'est pas seulement circonscrite au Net, elle détermine aussi des regroupements dans le monde physique*. Ce point est d'autant plus intéressant pour cette enquête qu'il s'agit, d'une part, de réunions organisées en Ile de France et, d'autre part, que leurs organisateurs sont à la fois issus du Net et des deux sphères "traditionnelles" du monde professionnel de la musique : les concerts et l'enregistrement.

En deuxième lieu, les rassemblements évoqués par Patrick montrent l'émergence de communautés où se retrouvent différents protagonistes de la blogosphère. D'une partie de la blogosphère faut-il préciser car le "tous" de Patrick est quelque peu trompeur. En effet, au fur et à mesure que se déroulaient les entretiens, je me suis rendu compte que plusieurs blogzines et webzines du panel ne soupçonnaient pas l'existence de ces agences et

inversement que les agences ne s'intéressaient peu ou ne connaissaient pas certains sites. Ainsi, le webzine *Classika* ne semble pas collaborer avec *Theïne* et *Concept*, probablement parce que celles-ci promeuvent surtout des disques, des spectacles et des événements liés aux musiques populaires (rock indé, jazz, électro, chansons etc.) alors que *Classika* est dédié à la musique classique. Mathias, son rédacteur en chef évoque néanmoins des partenariats qui font penser à celles qu'entretiennent la presse et les annonceurs.

FR : “J’ai trouvé des agences de com ou de presse spécialisées dans les blogs du côté des musiques populaires, est-ce que vous êtes démarché par des agences également ?

Mathias : Oui, qui nous achètent des espaces pub

FR : Y’a t-il aussi des labels qui vous contactent ou cela passe t-il par des agences qui travaillent pour eux ?

Mathias : Pour les indépendants c’est direct, les grandes structures passent par des agences. ”

De fait, sur la Toile comme dans le circuit “traditionnel”, la différence entre les filières professionnelles du classique et des autres styles est sensible.

Troisième cas de figure : plusieurs responsables de sites font part de leur refus de “travailler” avec des agences. Soit, à la façon de Luc, parce qu'ils n'ont pas envie d'être démarchés, soit car ils trouvent les propositions qu'ils reçoivent en général inadéquates.

FR : “(...) Comment trouvez vous vos disques, est ce que vous êtes démarché par des agences de communication, des labels, des artistes ?

Poc (blogzine *Playloud*) : Parfois, mais en général, je les trouve via le streaming légal ou des mp3 blogs qui correspondent à mes goûts et donnent à télécharger (illégalement...) des albums... Et j'achète ceux qui me plaisent... Les agences de com, labels, artistes c'est souvent bordélique, on reçoit des choses qui ne correspondent pas du tout à nos goûts, et on ne reçoit pas ce qui nous intéresse... C'est pourquoi, en fin d'année dernière, j'ai proposé sur mon blog de monter un projet qui consisterait à mieux relier blogueurs et labels, j'y travaille...”

Nonobstant ces différentes positions, il semble bien qu'une partie de la blogosphère musicale soit considérée par des professionnels de la communication comme un lieu potentiellement influent et qu'il faut investir. Avant de s'intéresser à ces agences, il est important de se demander de quelles façons des plate-formes animées (pour l'essentiel) par des amateurs acquièrent une visibilité telle que des professionnels (petits et grands labels de disques, producteurs et managers, institutions publiques, salles de spectacles, festivals, agences de communication) les contactent. La réponse tient -au moins partiellement- au degré d'engagement des blogueurs (euses), blogzineurs (euses), webzineurs (euses) et à la régularité de leurs publications.

8 De l'investissement

Depuis le début de ce rapport, on a vu que le blogging permettait aux différents membres du panel d'exprimer leur(s) passion(s) : passions pour les musiques synthétiques des seventies et d'illustration pour Pierre, amour du rock progressif et du style lounge pour Frédéric, de la pop mélodique pour Michel, de l'indé, de la lofi et du rap pour Scratch, du rock pour Véza, du metal prog pour Kevin, du (journalisme consacré au) classique pour Mathias, goût de l'écriture combiné avec la passion musicale pour Isabelle, Jonas, Poc, Franck, Patrick, photographie, musique, spectacles et expositions pour Carl, découverte des nouveaux talents pour Pénélope, intérêt pour les techniques numériques et le rock pour Carmen etc. Grâce aux récits de Luc et Bertrand, nous avons également constaté que le blogging avait donné à certains le goût d'écrire. Par ailleurs, Rolf, Alexandre et Andy nous ont également montré comment le goût pour la musique et plus généralement la culture se conjuguait avec le plaisir de faire des choses ensemble. D'une façon générale, tous ces témoignages montrent que la tenue d'un blog personnel et/ou la participation à un site collectif sont devenus *en tant que tels* des sources de plaisir ou, pour le dire autrement que les plate-formes supportent, médiatisent les intérêts des membres du panel. C'est cet investissement, souvent intense, que le *Littre* définit notamment comme "l'action d'investir une place, une ville, une maison c'est-à-dire de les entourer" que l'on va maintenant s'attacher à détailler ³⁴.

a) Temps investi

Une des manifestations les plus explicites de cet investissement s'exprime par le fait de publier régulièrement des messages et de s'astreindre à une certaine discipline.

FR : "Qu'est-ce que vous avez comme périodicité ?

Patrick (blog *Dico*) : Alors, moi je publie une critique par jour, le lundi, mardi, mercredi, jeudi, vendredi.

FR : Et depuis combien de temps ?

Patrick : Là cela va faire pas mal de temps, je suis vraiment entré en rythme de croisière depuis mi 2008, donc cela va faire un an et quelques mois."

À cela, il faut ajouter que Patrick contribue également, à raison d'un message chaque jour de la semaine, au blog d'une fondation d'entreprise, qu'il dépose régulièrement des commentaires dans des blogs amis, répond aux messages déposés dans les pages de commentaires de ses deux blogs, annonce ses nouvelles chroniques sur ses comptes Facebook et Twitter, dialogue quotidiennement avec ses pairs avec ces mêmes outils, a été à l'initiative de quelques soirées réunissant à Paris des blogueurs et qu'il a initié un classement annuel de disques réalisé, lui aussi, en compagnie d'autres blogueurs (euses). Si l'on prend également en compte l'écoute des disques, la lecture des livres, le visionnage de films et des jeux vidéos, les compte-rendus de concerts et d'expositions, on prend la mesure du temps que Patrick passe à bloguer. L'extrait suivant concerne le temps que Poc (blogzine *Playloud*) consacre aux commentaires déposés par des pairs ou de "simples" visiteurs sur son blogzine.

FR : (...) "Est-ce que, vous même, vous contribuez à d'autres blogs comme visiteur qui laisse des commentaires ou en tant que chroniqueur ?

34 *Littre* (4e volume), page 1139. Éditions Gallimard Hachette. Paris 1958

Poc : En tant que chroniqueur, non. Je l'ai fait très peu sur *l'hommelete* (il s'agit d'un webzine auquel Jonas a également contribué FR) et je laisse aussi très peu de commentaires sur les autres blogs, ce qui, d'ailleurs, me gêne toujours, je ne leur rends malheureusement que rarement la "politesse". Mais, j'ai déjà tellement de commentaires auxquels répondre sur mon blog (et j'en rate parfois) : il m'arrive régulièrement d'avoir plus de 30 ou 40 commentaires par jour, c'est déjà du temps de devoir leur répondre sur mon blog. D'autant plus qu'il y a souvent des débats, de longs commentaires, il m'arrive même parfois de mettre plus de temps à répondre à un commentaire qu'à écrire l'article !”

Cette réponse peut être mise en relation avec ce que Franck décrivait (avec humour) comme la “rançon de la gloire” dans le paragraphe consacré à la provenance des informations, à savoir le fait de ne pas arriver à faire face à toutes les sollicitations. Dans un même ordre d'idées, voici la réponse que Michel (blogzine *Beachblog*) me fait, via Facebook, après que je lui ai demandé s'il lui était possible de quantifier le temps passé à écrire ses chroniques. Rappelons que Michel met chaque mois en ligne une nouvelle chanson dont il est l'auteur/compositeur et se penche sur la biographie d'artistes, publie des grilles d'accords et des enregistrements audio de ukulélé, rédige et envoie une newsletter comprenant notamment des chroniques de disques, etc.

FR : “Bonjour Michel. (...) Je sais que vous publiez un billet tous les mois (et une song) mais il y a aussi les autres rubriques ; à combien estimez vous votre temps d'écriture de textes par semaine (une moyenne suffirait) et quelle est donc la périodicité de vos messages ?

Michel : (...) Au total, ça me prend une douzaine d'heures par mois. Hormis la publication mensuelle, je n'ai pas de périodicité, c'est l'actualité, l'envie qui font que je publie ou non, pas de fréquence pré déterminée.(...)”

À la suite de cette première réponse, Michel complète son propos par un deuxième message.

“Il me faut peut-être préciser que ce qui prend du temps n'est pas la rédaction mais les recherches. Pour la récente discographie de Michel Berger, par exemple, j'ai réécouté l'intégrale de ses albums et lu une biographie. Pour la newsletter, j'écoute bien entendu les albums (*que Michel chronique* FR) à plusieurs reprises. A raison d'une trentaine d'artistes par mois (heureusement beaucoup sortent des EP*)”.

Après avoir pris connaissance de ces premiers indicateurs, examinons un instant la périodicité de publication à l'année de plusieurs blogueurs d'albums du panel. Lorsque j'interroge Pierre sur la périodicité de ses messages sur ses trois blogs d'albums, il me réponds qu'en trois ans il a posté 228 messages sur *Chandelles*, 242 sur *Doggysound* et 159 sur *Pierreàfeu*.

FR : “Ca fait quoi comme fréquence, une fois par semaine, deux fois, c'est irrégulier ?

Pierre : C'est très irrégulier, mais avec ces chiffres vous avez une moyenne. Disons 200 fois en trois ans, un (*message*) par semaine quoi, environ.”

De son côté, Francis déclare poster un message -qui peut comporter plusieurs disques- par jour. Sur la page d'accueil de son blog *Golfload*, consultée le 1er mai 2010, une rubrique informe le visiteur sur le nombre de messages postés depuis trois ans : respectivement 486 en 2010, 1343 en 2009 et 1125 en 2008 (voir figure 15) ce qui donne une moyenne de 3 à 4 messages par jour pour 2009 et un peu plus de 3 messages par jour en 2008 ! Comme la plupart des blogueurs, Francis accompagne les disques qu'il promeut de textes qu'il écrit (ou réécrit lorsqu'il peut récupérer sur le Net des bases), des pochettes de disques (récupérées

sur des sites comme Rate Your Music³⁵), uploade les disques sur des hosters puis insère l'image de la couverture du disque, un texte d'accompagnement (en anglais) et un lien à télécharger sur son site. La plupart du temps, il signale à la plate-forme internationale de blogs d'albums *Totally Fuzzy*³⁶ les nouveaux disques qu'il propose (cf. figure 16). Après quoi, il n'est pas rare qu'il ait à répondre à des commentaires déposés la veille, sans compter qu'il participe également à un autre blog collectif dont les membres réalisent eux-mêmes des compilations d'artistes.

Figure 15 : ci-dessus, les statistiques de publication qui figurent sur la page d'accueil de Francis pour les années 2008, 2009 et 2010.

Il est important de noter que les visiteurs de ce blog prennent connaissance de ces chiffres. Cela leur permet non seulement d'apprécier la longévité et la régularité de la plate-forme mais aussi -via un autre menu- d'aller consulter quels disques ont déjà été postés et -si les liens sont encore disponibles sur les hosters- de les télécharger.

Blog Archive

- * ▼ 2010 (486)
 - o ► May (4)
 - o ► April (127)
 - o ► March (125)
 - o ► February (112)
 - o ► January (118)
- * ► 2009 (1343)
 - o ► December (121)
 - o ► November (118)
 - o ► October (124)
 - o ► September (155)
 - o ► August (121)
 - o ► July (125)
 - o ► June (92)
 - o ► May (115)
 - o ► April (95)
 - o ► March (89)
 - o ► February (86)
 - o ► January (102)
- * ► 2008 (1125)

35 <http://rateyourmusic.com/>

36 <http://totallyfuzzy.blogspot.com/>

Figure 16 : ci-dessous une capture partielle de la page d'accueil de l'agrégateur international *Totally Fuzzy*

sur lequel de très nombreux blogs d'albums publient quotidiennement la liste des disques qu'il proposent. On peut apercevoir dans l'encadré le message déposé par Francis -grâce à une procédure semi-automatisée mise au point par Totally Fuzzy- où il indique quels nouveaux disques il vient de poster.

SATURDAY, MAY 01, 2010

saturday morning updates

elephantandowl said...
Mew - And the Glass Handed Kites
The Magnetic Fields - i
<http://elephantandowl.blogspot.com>


Thomas said...
INXS covers via Beck and his Record Club
1. Devil Inside (cover)
2. Never Tear Us Apart (cover)
<http://www.thefrontloader.com>

Azbest said...
Po Prostu "Demo '86" (Polish punk)
Older Stuff: Selfmadegod Records Sampler 2008, Bóm wakacje w Rzymie, The Gun Club, John Cale
<http://proskynesis.blogspot.com>

Tonegent said...
This week @ Tonegents!
Music from...
Two Door Cinema Club
Emmanuel Jal & Abdel Gadir Salim
Gloria Scott
and Forteba
plus tons more in the archives...
Enjoy and have a great weekend!
<http://tonegents.blogspot.com>

luigi said...
Bruce Forman Trio - Bootleg Vol.1 Dedication (2006)
Charles Mingus - Mingus Ah Um (1959)
Gateway - Homecoming (1994)
<http://lascintasrecuperadas.blogspot.com>

golfload said...
Hard Rock:
AEROSMITH "PUMP"
Jazz:
SONNY ROLLINS "WHAT'S NEW"
Indie Rock:
GOMEZ "FIVE MEN IN A HUT (A'S, B'S & RARITIES 1998-2004)"
Indie Rock/Psychedelic:
SPIRITUALIZED "SONGS IN A & E"
<http://golfload.blogspot.com>



Browse emusic's extensive catalog

NEWS & STUFF

Tech
Ars Technica
heise.de
heise.de (EN)
The Register
Reuters Internet
TorrentFreak

Mainstream
Der Spiegel (DE)
Sued Deutsche (DE)
Frankfurter Allgemeine (DE)
BBC News
Daily Telegraph (UK)
New York Times (US)
Washington Post (US)
Sydney Morning Herald (AU)
Vanity Fair (US)
Huffington Post
Pravda (EN)

Alternative
Asia Times
BigOzine
Bring Me Up
consortiumnews.com
Europe
Global Research
Information Clearing House
Counter Punch
The Newshoggers
The Real News
Unbossed
World Gone Mad
hollanddoc.nl
The Daily Show
informationliberation.com
alternet.org
Info Wars
Talking Points Memo
FiveThirtyEight.com
DailyKos
Daily Dish
Vox EU
Prison Planet
Info Wars
rense.com
The Audit

Finance
Zero Hedge
Daily Reckoning
Naked Capitalism
Bloomberg

Regardons à présent le menu “archives du blog” du blog de Krüger. Celui-ci fait état (le 2 mai 2010) de 68 messages en 2010, de 127 en 2009, de 138 en 2008, de 167 en 2007 et d'un en 2006 année où le blog a été créé. Et voilà ce que nous dit ce même Krüger sur sa fréquentation du forum *Garogorille* où il duplique les messages publiés sur son blog *Imperialbedroom* et converse avec les autres membres du forum ³⁷.

FR : “C'est combien de temps par semaine le forum *Garogorille* ?

Krüger : Bonne question : le matin, le soir, au boulot vers 12 h et davantage le week-end. 1) pour voir les réactions à mon post, quitte à les provoquer, 2) pour lire les autres. Quelques personnalités enrichissantes en termes d'écrits, de goûts musicaux, de lecture(s) et d'échanges d'idées et... de poilade aussi”

De son côté, le compteur de *Galloties* (dédié par Laurent aux musiques populaires et expérimentales des années soixante à quatre-vingt) indique le 3 mai 2010 : 6 messages en 2010, 147 en 2009 et 59 en 2008.

Pour apprécier l'activité des membres du panel de façon globale, le tableau n°6 ci-contre prend compte deux paramètres : le temps hebdomadaire passé à écrire des billets et la fréquence de publication. Les données rassemblées concernent 21 membres du panel -blogzines et blog d'albums- mais pas nécessairement toutes les plate-formes auxquelles ils (elles) contribuent. Cependant, même avec cette part d'incertitude, les réponses permettent de mesurer des ordres de grandeurs : 9 personnes déclarent poster au moins un message par jour ouvrable (ou plus), 8 au moins une fois par semaine et 4 sont plus irrégulières.

Tableau n° 6 : fréquence des publications et temps d'écriture

Personne	Type de site	Fréquence des messages	Temps d'écriture hebdomadaire
Krüger	blog album	1 à 3 fois par semaine	Variable et + important durant congés
Laurent	blog album	Irrégulière	irrégulier
Francis	blog album	1 fois par jour	Quelques heures
Pierre	3 blogs d'albums	Environ 1 message par semaine	non chiffré
Duno	blog album	1 message tous les deux jours	4 heures
Andy	webzine	1 fois par mois environ	Difficile à estimer
Alexandre	webzine	Environ 1 message par jour	4/5 heures
Franck	blogzine	1 message tous les deux jours	20/30 heures (avec écoutes et recherches)
Nina	blogzine	Chronique hebdo, 2 billets par jour	Environ 3 heures
Jonas	blogzine	1 message par jour	Environ 4 heures
Poc	blogzine	1 message tous les 2 jours environ	non chiffré
Patrick	blogzine 1	5 fois par semaine	non chiffré
Patrick	blogzine 2	“	non chiffré
Carmen	blogzine	1 fois par jour à 2/3 fois par semaine	4 heures environ
Carl	blogzine	1 message par jour	5 heures
Isabelle	blogzine	2 fois par semaine	7 heures
Michel	blogzine	1 fois par mois = autres chroniques	3 heures = temps pour chroniques
Scratch	blogzine	1 à 2 fois par mois	Entre 30 mn et 1 heure (mix + textes)
Luc	blogzine	1 message tous les deux jours	5 heures
Pénélope	blogzine	Irrégulière mais agenda mensuel	Agenda = 4 heures par mois
Bertrand	forum/webzine	Irrégulière	3 heures
Kevin	forum/webzine	Irrégulière	irrégulier

37 Messages qu'il traduit pour les publier sur un autre forum anglophone

Dans un même ordre d'idées, le tableau n°7 montre le nombre de messages publiés sur 13 des blogzines du panel par année, données collectées soit à partir des compteurs disponibles sur le sites soit communiquées par les animateurs (trices) des plate-formes. Même si les données disponibles en ligne ne sauraient être confondues avec des mesures exhaustives -ne serait-ce parce que certains blogueurs (euses) ont changé de plate-forme et/ou n'ont pas conservé leurs archives- on constate là encore un volume impressionnant d'activité, certains blogzineurs (euses) atteignant plus de 1500 messages sur des périodes s'échelonnant de 3 à 7 ans.

Tableau n° 7 : nombre de messages publiés par 13 blogzines du panel

Catégorie, nom de la plate-forme et de la personne	Année	Nombre de messages
Blogzine - <i>Santoiniloi</i> - Isabelle	2006	4
	2007	2
	2008	51
	2009	150
	2010	50
	Total	257
Blogzine- <i>Véza</i> - Véza	2004	17
	2005	69
	2006	28
	2007	18
	2008	13
	2009	1
	Total	146
Blogzine- <i>Scope</i> - Luc	2006	147
	2007	163
	2008	159
	2009	178
	2010	58
	Total	705
Blogzine- <i>Aujourd'hui</i> - Carl	2004	34
	2005	196
	2006	402
	2007	465
	2008	434
	2009	218
	2010	104
	Total	1853
Blogzine - <i>Handmade</i> - Pénélope	2006	5
	2007	62
	2008	58
	2009	44
	2010	8
	Total	177
Blogzine - <i>L'œuf</i> - Jonas	2008	76
	2009	317
	2010	104
	Total	497

Tableau n° 7 : nombre de messages publiés par 13 blogzines du panel (suite)³⁸

Catégorie, nom de la plate-forme et de la personne	Année	Nombre de messages
Blogzine <i>-Ressence-</i> Franck	2006	36
	2007	46
	2008	64
	2009	207
	2010	65
	Total	418
Blogzine <i>-...-</i> Patrick	2004	1
	2005	0
	2006	28
	2007	48
	2008	90
	2009	270
	2010	88
	Total	525
Blogzine <i>-Dico-</i> Patrick	2007	15
	2008	186
	2009	202
	2010	97
	Total	353
Blogzine <i>-Playloud-</i> Poc	2006	93
	2007	89
	2008	86
	2009	120
	2010	49
	Total	437
Blogzine <i>-Discogood-</i> Alexandre	2007	1
	2008	155
	2009	107
	2010	27
	Total	290
Blogzine <i>-Nina Blog-</i> Nina	2008	530
	2009	1039
	2010	177
	Total	1746
Blogzine <i>-Petula-</i> Carmen	208-2010	368

Autre indicateur de l'activité déployée par les animateurs des plate-formes. Le tableau n°8 ci-après comprend le recensement quasi exhaustif des disques proposés par Duno dans son blog d'album à dominante jazz *Swinglow* ; soit 260 albums postés entre avril 2007 et avril 2010³⁹.

³⁸ Mesures effectuées le 3 mai 2010

³⁹ L'inventaire a été réalisé grâce à l'analyse par Andreï Mogoutov des liens pointant vers Rapidshare présents dans les codes source du blog. Une quinzaine de messages proposant des reups* ont été éliminés de cette liste.

Tableau n° 8: disques en téléchargement sur le blog d'album *Swinglow* en 2007 (avril à juillet)

/2007/04/beatlejazz-bite-of-apple-2356-kbps
 /2007/04/branford-marsalis-quartet-requiem-320
 /2007/04/esbjrn-svensson-trio-tuesday-wonderland
 /2007/04/jacques-loussier-pulsion-192-kbps
 /2007/04/jon-vangelis-short-stories-vbr.htm
 /2007/04/keith-jarrett-klm-concert-192-kbps
 /2007/04/kornet-fritt-fall-224-kbps
 /2007/04/nguyn-l-duos-homescape-vbr
 /2007/04/pat-metheny-group-offramp-vbr
 /2007/04/qui-aurait-pari-il-y-quelques-annes-que
 /2007/04/sacha-distel-jazz-guitarist-128-kbps
 /2007/04/skalpel-skalpel-320-kbps
 /2007/04/stephane-grappelli-claude-bolling-first
 /2007/05/aretha-franklin-amazing-grace-2-cd-320
 /2007/05/billie-holiday-retrospectives-1935-1952
 /2007/05/camille-bazbaz-une-envie-de-chien-192
 /2007/05/eric-legnini-miss-soul-192-kbps
 /2007/05/john-zorn-stone-issue-one-128-kbps
 /2007/05/kenny-barron-quintet-images-320-kbps
 /2007/05/khalil-chahine-mektoub-320-kbps
 /2007/05/klaus-schulze-pete-namlook-dark-side-of
 /2007/05/louis-armstrong-and-good-book-320-kbps
 /2007/05/maurice-wander-chess-256-kbps
 /2007/05/mile-davis-nefertiti-320-kbps
 /2007/05/neil-young-crazy-horse-reactor
 /2007/05/neil-young-harvest-128-kbps
 /2007/05/pierre-de-bethmann-complexe-256-kbps
 /2007/05/santana-lotus-gem-320-kbps
 /2007/05/amy-winehouse-franck-192-kbps
 /2007/06/count-basie-orchestra-live-at-el
 /2007/06/christian-vander-trio-jour-aprs-jour
 /2007/06/flying-luttenbachers-constructive
 /2007/06/goran-kajfes-head-spin-224-kbps
 /2007/06/john-coltrane-quartet-ballads-192-kbps
 /2007/06/joshua-redman-momentum-192-kbps
 /2007/06/pierre-bensusan-didier-malherbe-live-in
 /2007/07/bill-bruford-gradually-going-tornado
 /2007/07/charlie-parker-jam-session-320-kbps
 /2007/07/didier-malherbe-fluvius-128-kbps
 /2007/07/edition-speciale-alicante-192-kbps
 /2007/07/hadouck-trio-live-fip-320-kbps
 /2007/07/koenjiyakkei-angherr-shisspa-320-kbps
 /2007/07/koenji-hyakkei-hundred-sights-of-koenji
 /2007/07/redshift-ii-ether-128-kbps
 /2007/07/redshift-i-redshift-192-kbps
 /2007/07/redshift-ix-toll-192-kbps
 /2007/07/redshift-v-halo-256-kbps

/2007/08/calexico-tool-box-320-kbps
 /2007/08/elis-regina-live-in-montreux-320-kbps
 /2007/08/hiroshima-little-tokyo-vbr
 /2007/08/hubert-laws-storm-then-calm-320-kbps
 /2007/08/martial-solal-live-best-1959-85-320
 /2007/08/miller-petrucciani-lagrene-white
 /2007/08/thelonious-monk-alone-in-san-francisco
 /2007/09/angelo-debarre-moreno-trio-romano
 /2007/09/john-abercombie-third-quartet-320-kbps
 /2007/09/manu-katch-playground-320-kbps
 /2007/09/mike-stern-who-let-cats-out-320-kbps
 /2007/09/olivier-calmel-mafate-320-kbps
 /2007/09/manu-katché-playground-320-kbps
 /2007/09/darrell-mansfield-live-at-flevo-128
 /2007/09/john-abercombie-third-quartet-320-kbps
 /2007/09/manu-katch-playground-320-kbps
 /2007/09/mike-stern-who-let-cats-out-320-kbps
 /2007/09/olivier-calmel-mafate-320-kbps
 /2007/10/nils-landgren-funk-unit-licence-to-funk
 /2007/10/bugge-wesseltoft-film-ing-256-kbps
 /2007/10/katie-melua-pictures-320-kbps
 /2007/10/keith-jarrett-trio-my-foolish-heart-192
 /2007/10/kenny-barron-regina-carter-freefall-620
 /2007/10/nils-landgren-funk-unit-licence-to-funk
 /2007/10/paolo-conte-elegia-192-kbps
 /2007/10/paul-personne-la-route-de-la-chance-192
 /2007/10/tony-levin-waters-of-eden-320-kbps
 /2007/10/uzeb-worls-tour-90-320-kbps
 /2007/11/aretha-franklin-jewels-in-crown-320
 /2007/11/cinematic-orchestra-ma-fleur-192-kbps
 /2007/11/joe-farrell-quartet-super-session-320
 /2007/11/john-mclaughlin-official-pirate-320
 /2007/11/miles-davis-john-lee-hooker-hot-spot
 /2007/11/neil-young-chrome-dreams-ii-192-kbps
 /2007/11/va-jazz-tribute-to-stevie-wonder-128
 /2007/11/va-jazz-tribute-to-stevie-wonder-128
 /2007/12/angelo-debarre-ludovic-beier-paroles-de
 /2007/12/baptiste-trotignon-et-david-el-malek
 /2007/12/count-basie-joe-williams-compact-jazz
 /2007/12/est-live-in-hambourg-320-kbps
 /2007/12/giovanni-mirabassi-cantopiano-192-kbps
 /2007/12/hadouk-trio-baldamore-320-kbps
 /2007/12/jacques-courcil-clameurs-320-kbps
 /2007/12/lisa-ono-dans-mon-le-320-kbps
 /2007/12/oscar-peterson-live-paris-320-kbps
 /2007/12/stefano-di-battista-trouble-shootin-320
 /2007/12/baptiste-trotignon-et-david-el-malek
 /2007/12/count-basie-joe-williams-compact-jazz
 /2007/12/est-live-in-hambourg-320-kbps
 /2007/12/giovanni-mirabassi-cantopiano-192-kbps
 /2007/12/hadouk-trio-baldamore-320-kbps
 /2007/12/jacques-courcil-clameurs-320-kbps
 /2007/12/lisa-ono-dans-mon-le-320-kbps
 /2007/12/oscar-peterson-live-paris-320-kbps
 /2007/12/stefano-di-battista-trouble-shootin-320

**Disques en téléchargement sur le blog
 d'album *Swinglow* en 2007 (juillet à
 décembre)**

Disques en téléchargement sur le blog d'album *Swinglow* en 2008 (janvier à juin)

/2008/01/album-surprise-janvier-2008
 /2008/01/avishai-cohen-trio-as-is-live-at-blue
 /2008/01/chroma-radea-vbr
 /2008/01/gateway-homecoming-320-kbps
 /2008/01/jacques-schwarz-bart-son-ka-la-320-kbps
 /2008/01/jon-lord-hoochie-coochie-men-live-at
 /2008/01/junior-wells-come-in-this-house-192
 /2008/01/mark-elliott-transition-vbr
 /2008/01/randy-muller-boom-chang-bang-groovinyou
 /2008/01/sarah-vaughan-gold-vbr
 /2008/01/scott-hamilton-with-strings-320-kbps
 /2008/01/sixun-live-320-kbps
 /2008/01/stacey-kent-breakfast-on-morning-tram
 /2008/01/stephane-guillaume-intra-muros-320-kbps
 /2008/01/trio-tyket-one-night-in-tampere-320
 /2008/02/album-surprise-fvri-21008-256-kbps
 /2008/02/eliane-elias-something-for-you-vbr
 /2008/02/gerald-gradwohl-tritone-barrier-252
 /2008/02/hendrik-meurkens-new-york-samba-jazz
 /2008/02/joe-farrell-outback-320-kbps
 /2008/02/jon-balke-book-of-velocities
 /2008/02/jurgen-hagenlocher-pisodes-vbr
 /2008/02/melodie-gardot-worrisome-heart-vbr
 /2008/02/mel-torm-orchestra-conducted-by-marty
 /2008/02/neil-larsen-orbit-320-kbps
 /2008/02/patricia-barber-modern-cool-320-kbps
 /2008/02/robben-ford-truth-vbr
 /2008/02/tete-montoliu-trio-tot-jazz-320-kbps
 /2008/02/tigran-hamasyan-world-passion-320-kbps
 /2008/03/alain-bashung-bleu-ptrole-192-kbps
 /2008/03/chris-potter-follow-red-line-192-kbps
 /2008/03/electric-jazz-quartet-ansgar-specht-320
 /2008/03/gonzalo-rubalca-avatar-320-kbps
 /2008/03/james-blood-ulmer-black-and-blues-224
 /2008/03/joe-lovano-hank-jones-kids-live-at
 /2008/03/john-scofieldthis-meets-that-320-kbps
 /2008/03/nick-vintskevitch-songs-from-black
 /2008/03/pastorius-williams-mclaughlin-trio-of
 /2008/04/bojan-z-trio-transpacifik-192-kbps
 /2008/04/charles-lloyd-quartet-rabo-de-nube-320
 /2008/04/christian-escoud-swing-bohmien-2008-320
 /2008/04/john-scofield-bump-320-kbps
 /2008/04/juliette-bijoux-et-babioles-320-kbps
 /2008/04/petrucciani-humair-metheny-ponty-rendez
 /2008/04/randy-weston-spirits-of-our-ancestors
 /2008/04/triosence-when-you-come-home-2008-vbr
 /2008/04/urban-mythology-volume-one-free-from
 /2008/05/amy-winehousefranck2008-rditionvbr
 /2008/05/avishai-cohengently-disturbed2008320
 /2008/05/bill-brufords-earthworksearthworks19873
 /2008/05/joshua-redmanbeyond2000320-kbps
 /2008/06/dayna-kurtzbeautiful-yesterday2004vbr
 /2008/06/keith-jarrettsetting-standards2008320
 /2008/06/miles-davisplatinum2008vbr
 /2008/06/noel-akchotso-lucky2008vbr55-mo
 /2008/06/stanton-mooreemphasis-on

/2008/07/amalia-rodrigues-don
 /2008/07/artistes-varisessential-blues
 /2008/07/bb-kinglive-in-japan1971320-kbps
 /2008/07/james-carterpresent-tense2008320-kbps
 /2008/07/kenny-barronthe-traveller2008320-kbps
 /2008/07/nicholas-paytoninto-blue2008320-kbps
 /2008/07/norma-winston-triodistances2008320-kbps
 /2008/07/ulf-wakeniuslove-is-real2008256-kbps
 /2008/08/return-to-foreverthe-anthology2008320
 /2008/08/rokia-traortchamantch2008256-kbps
 /2008/09/ahmad-jamalits-magic2008320-kbps
 /2008/09/aki-rissanenla-lumire-noire2008vbr
 /2008/09/aki-takasesomething-sweet-something
 /2008/09/isaac-evansmy-journey2008320-kbps
 /2008/09/pierre-de-bethmannoui2008320-kbps
 /2008/09/robin-mckellemodern-antique2008320-kbps
 /2008/09/yves-lveillsoho2008vbr
 /2008/10/anna-maria-jopekidjo-co2008vbr
 /2008/10/estleucocyte2008256-kbps
 /2008/10/best-jazz-100
 /2008/10/cassandre-mckinleytill
 /2008/10/eric-dolphyother-apects1960vbr
 /2008/10/herbie-hancockthen-now-definitive
 /2008/10/herbie-mannyardbird-suite2008-sortie
 /2008/10/mccoy-tynerguitars2008256-kbps
 /2008/10/medeski-martin-woodradiolarians
 /2008/10/trixstyle2008320-kbps
 /2008/11/buscemi-michel-bisceglia-ensemblejazz
 /2008/11/john-zornthe-dreamers2008vbr
 /2008/12/erik-truffaz-sly-johnsonparis2008vbr
 /2008/12/katie-meluathze-katie-melua
 /2008/12/oktawia-kawecka2008vbr
 /2008/12/peter-delanofor-dewey2008vbr

**Disques en téléchargement sur le blog
 d'album Swinglow en 2008 (juillet à
 décembre)**

/2009/01/avisha-cohenflood2008vbr
 /2009/01/baptiste-troignonshare2008320-kbps
 /2009/01/hiromi-ueharabeyond-standard2008256
 /2009/01/john-scofieldlive1977320-kbps
 /2009/02/enrico-ravanew-york-days2009vbr
 /2009/02/eric-legninitrppin2008192-kbps
 /2009/02/jean-philippe-viretle-temps-quil
 /2009/02/laika-fatienmisery-tribute-to-billie
 /2009/02/philip-catherineguitars-two2009vbr
 /2009/03/chuck-loebbetween-2-worlds2009vbr
 /2009/03/janis-joplinin-concert1972320-kbps
 /2009/03/madeleine-peyrouxbare-bones2009320-kbps
 /2009/03/neil-young-crazy-horselive-at-filmore
 /2009/04/thats-all-folks
 /2009/11/aaron-parks-invisible-cinema-2009
 /2009/11/allen-tousaint-bright-mississippi
 /2009/11/brad-mehldau-trio-live-2008
 /2009/11/ce-testament-concentre-lhistoire-et
 /2009/11/christian-scott-live-at-newport-2008
 /2009/11/dave-douglas-spirit-moves-2009
 /2009/11/david-sanchez-cultural-survival
 /2009/11/gotan-projectcarnet-de-viajes2009
 /2009/11/gotan-project-live-2008
 /2009/11/ludovic-beierdjango-brasil2009
 /2009/11/medeski-martin-woodraduolarians-iii
 /2009/11/norah-jones-fall-2009
 /2009/11/ron-haynes-journeyman-2009-320-kbps
 /2009/11/tomasz-stanko-dark-eyes-2009
 /2009/11/vijay-iyer-historicity-2009
 /2009/12/bennie-maupin-quartet-early-reflections
 /2009/12/ben-sidran-dylan-different-2009
 /2009/12/gonzalo-rubalcaba-avatar-2008
 /2009/12/hiromi-uehra-place-to-be-2009
 /2009/12/trijntje-oosterhuis-never-can-say

Disques en téléchargement sur le blog d'album *Swinglow* en 2009

/2010/01/charlesaznavour-and-clayton-hamilton
 /2010/01/diane-tell-dr-boris-mister-vian-2009
 /2010/01/gary-peacock-marc-copland-insight-2009
 /2010/01/ian-shaw-in-new-york-minute-1999
 /2010/01/julian-arguelles-home-truths-1999
 /2010/01/les-pommes-de-ma-douches-y-va-tomber
 /2010/01/ravi-coltrane-from-round-box-2000
 /2010/02/ahmad-jamal-quiet-time-2009
 /2010/02/al-di-meola-world-sinfonia-live-from
 /2010/02/aldo-romano-origine-2009
 /2010/02/black-joe-lewis-honeybears-tell-em-what
 /2010/02/enrico-pieranunzi-dream-dance-2009
 /2010/02/henri-texier-love-songs-reflexions-2009
 /2010/02/nguyen-le-saiyuki-2009
 /2010/02/sylvain-luc-standards-2009
 /2010/03/bernard-lubat-soli-solo-saga-chansons
 /2010/03/emile-parisien-quartet-original-pim pant
 /2010/03/hadouk-trio-air-hadouk-2010
 /2010/03/ibrahim-maalouf-diachronism-2009
 /2010/03/john-mayall-sonny-boy-williamson
 /2010/03/john-pizzarelli-rockin-in-rhythm
 /2010/03/john-zorn-in-search-of-miraculous-2010
 /2010/03/marteau-rouge-evan-parker-live-2009
 /2010/03/nelli-rees-jazz-noir-2003
 /2010/03/orchestre-national-de-jazzdaniel-yvinec
 /2010/04/boby-mcferrin-vocabularies-2010
 /2010/04/brad-mehldau-highway-rider-2010
 /2010/04/jean-michel-pilc-true-story-2010
 /2010/04/john-mclaughlin-4th-dimension-to-one
 /2010/04/manu-katche-third-round-2010
 /2010/04/stacey-kent-racontes-moi-2010

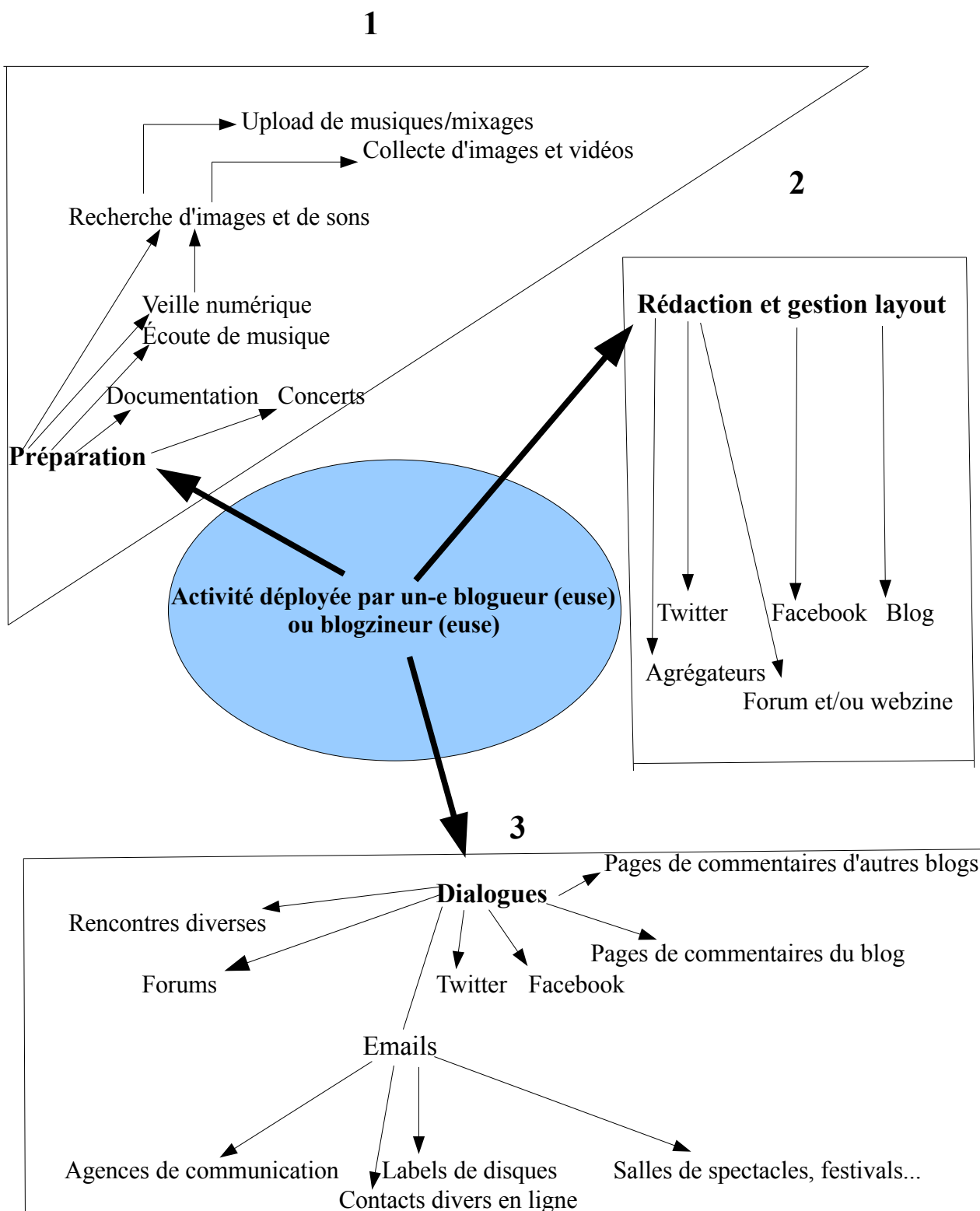
Disques en téléchargement sur le blog d'album *Swinglow* en 2010 (janvier à avril)

Compte tenu des divers procédures qui précèdent et accompagnent la publication de tous ces disques sur un blog d'albums, l'activité de Duno semble, à n'en pas douter, rien moins que considérable...

b) Une première synthèse en forme de schéma

Arrivé à ce stade de l'énumération, un schéma va s'avérer utile. La figure 17 ci-dessous détaille donc- de façon idéale- les différentes tâches auxquelles se livre un-e blogueur (euse) qui, outre gérer sa propre plate-forme, aurait une page Facebook et Twitter et contribuerait à un forum et/ou un webzine. Cette activité peut être décomposée en trois phases : la préparation des messages, la rédaction et la mise en ligne de messages, les dialogues avec d'autres internautes, elle inclue aussi bien du “on line” que du “physique” par exemple des concerts ou des rencontres avec des acteurs de la blogosphère (pairs, agences spécialisées, labels etc.). Même si selon le type de blog certaines activités peuvent primer sur d'autres, le schéma permet néanmoins de prendre la mesure du volume d'activité que la plupart des membres du panel déploient mais aussi de la nature foisonnante et protéiforme des tâches accomplies.

Figure 17 : schéma d'activité d'un blog



c) Interactions avec l'entourage

Compte tenu de cette impressionnante activité, qu'en est-il des interactions entre les animateurs de blogs et leur entourage : amis, familles, collègues ? L'extrait suivant où un blogzineur nous raconte comment il fabrique ses playlists nous donne à voir sa (ou plutôt ses différents types de) relation(s) avec ses proches.

Scratch : “Ouais, ça se fait de la maison, alors ça se fait... *C'est une négociation complexe* : on est dans un petit appart, on a deux enfants. *Alors je suis souvent pris dedans, je suis souvent happé dedans* . Enfin, il y a des moments où c'est possible, c'est le dimanche aprem, pendant la sieste des enfants ou c'est le soir (...). Donc, j'ai des morceaux, donc en fait j'ai des dossiers sur mon bureau qui sont (des) bacs à podcast, avec l'idée que, voilà, je dépose de la musique dedans petit à petit. Ou j'ai des listes iTunes et puis à un moment donné : "trois quatre, ah il y a un cinquième morceaux, ah punaise il y en a six-sept". Alors, il faut que j'ouvre Logic (*un logiciel de gestion de fichiers musicaux* FR), (...) je fais mon mix, ça doit prendre très peu de temps c'est le principe mais ça ... (...)

FR : Est-ce qu'il y a un travail d'homogénéisation du son ?

Scratch : Oui c'est masterisé (...) tout ce que je mets dans l'analogique après je compresse, je limite et puis je fais éventuellement des coupes.

FR : C'est égalisé quoi.

Scratch : C'est égalisé et j'essaie de... Enfin il y a un vrai travail d'enchaînement. C'est-à-dire que c'est un seul fichier et que le but du jeu c'est que ça s'enchaîne bien c'est-à-dire qu'il y ait pas de ruptures... Alors c'est pas un BPM* mais c'est... Il faut que ça s'enchaîne bien voilà et y'a pleins de manières pour que ça s'enchaîne bien : si c'est un truc très calme il faut qu'il y ait des silences entre les trucs ou alors il faut que ça... (...)

FR : Et, est-ce qu'elles sont réécoutées (*les playlists*) ?

Scratch : Alors c'est écouté dans la voiture familialement, alors pas tous parce qu'il y en a qui sont plus durs à écouter que d'autres on va dire. Et puis c'est réécouté au boulot justement

FR : Avant de poster ?

Scratch : Avant et après aussi, je me suis abonné à mon propre truc et après...Alors, avant c'est réécouté une fois, pour vérifier que tout va bien, mais le moins possible en fait. (...)

FR : Ca représenterait combien de temps en écriture par semaine, l'écriture elle-même ?

Scratch : Par posts, qui sont en général toutes les trois semaines maintenant, ça doit faire deux heures en tout.”
(C'est moi qui souligne)

Scratch vient d'exposer les deux moments de la fabrique de ses playlists : un gestus quasi artistique qui se déploie au sein d'une séquence (spatiale et temporelle) où le blogzineur a besoin de s'isoler et de s'immerger dans la fabrication de sa playlist, une étape technique au cours de laquelle Scratch égalise le niveau et la dynamique des différents morceaux puis une troisième phase qui s'exprime par le partage avec sa famille de ses mixes suivie d'une “écoute de validation” finale au travail, juste avant la publication sur le blog. Lors de ce processus, la famille du blogueur (qui vit en couple et a deux enfants) est tour à tour mise à distance puis consultée. À l'échelle du panel, les membres du panel évoquent l'attitude de leur entourage globalement de deux façons. Un premier registre, dans le sillage de Scratch, montre des proches attentifs ou au moins bienveillants. Par exemple Frédéric qui rapporte

que ses proches apprécient que, via le forum *Garogorille*, celui-ci trouve presque systématiquement des musiques ou des films qu'ils lui réclament.

FR : “Comment ta famille et tes proches considèrent-ils ta fréquentation du Web et est-ce que tu échanges là-dessus (par exemple en les conviant) avec tes collègues ?

Frédéric : Ma femme et mes enfants adorent *Garogorille* : requête = réponse à 99 % ! Et niveau professionnel, le forum m'a aussi beaucoup aidé : recherche de docs pour le boulot et quelques services rendus à ma collègue, niveau musique !!”

Et en effet, lorsque l'on examine les requêtes de Frédéric qui se rapportent à des demandes pour sa famille -et en particulier ses enfants- on constate qu'elles sont satisfaites la plupart du temps. Frédéric précise également que certains membres du forum l'ont aidé pour des démarches liées à son emploi et/ou lorsqu'il était au chômage. Quant à elle, Isabelle (blogzine *Santoiniloi*) évoque une relation plus ambivalente de sa famille avec son blog.

Isabelle : “Alors il y a ma famille qui doit se réduire essentiellement à ma mère (rires), mon copain un peu de temps en temps, ensuite très ponctuellement je vais avoir, bon j'ai des relations familiales un peu strictes, ils sont très scientifiques (...). En revanche, ça leur est arrivé que je les invite à lire certaines chroniques parce que j'estimais qu'elles pouvaient les toucher et de me rendre compte que, soit ils les lisaient et qu'ils avaient été très touchés, mais ils sont trop pudiques pour pouvoir me le dire, ou ils veulent pas le reconnaître qu'ils le lisent. J'ai un peu l'impression qu'ils le lisent en cachette mais je pense que ma famille lit en grande partie mon blog.”

Bien entendu, chaque individu évolue dans un contexte professionnel et familial spécifique. Ainsi Carmen.

FR : “Vos proches, votre famille ? (...) Quand vous étiez dans une entreprise, quels types de relations les gens avaient avec ça ? Ils en parlaient avec vous ? C'était secret ou pas ?

Carmen (blogzine *Petula*) : Moi je partageais beaucoup avec mes collègues, avec deux de mes collègues.

FR : Dans votre agence de presse ?

Carmen : Voilà quand j'étais en agence. Donc j'étais très claire avec elles sur la manière dont ça évoluait, les succès ou les échecs, bref... Par contre, avec la directrice de l'agence j'étais beaucoup plus réservée parce qu'elle ne manquait pas de me faire des remarques du type "bon ton blog c'est une chose, mais t'es pas là pour t'en occuper" même si, enfin bref...

FR : Et du côté de votre famille, vos proches ?

Carmen : Il y en a qui comprennent pas très bien ce que c'est mais qui trouvent que c'est génial.

FR : Qui c'est “y en a” ?

Carmen : Ma mère. Alors maintenant un peu plus, mais elle le lit pas, mais elle trouve ça vachement bien surtout qu'aujourd'hui j'ai l'opportunité de participer à des événements ou, en tout cas, à vivre des expériences qui ne m'auraient jamais été permises sans le blog, à des soirées un peu exceptionnelles.”

Description un peu similaire du côté de Pénélope.

FR : “Vous me parliez de vos proches, comment est-ce qu'ils voient ce que vous faites ? Par exemple vos contacts professionnels, votre famille, vos amis proches, est-ce que c'est un sujet de débat ?

Pénélope (blogzine *Handmade*) : Pour ce qui est de ma famille ils connaissent mes activités bien évidemment, ils lisent rarement parce que je comprends très bien que c'est pas leur centre d'intérêt premier. Une fois de temps en temps ils vont lire mes articles et me dire : "voilà ça c'est bien ou ça c'est pas bien". Mes amis entre guillemets de la vraie vie, disons en dehors de tout ce secteur-là, sont pas vraiment très intéressés par ça, donc ils vont pas les lire. Je pense que mon lectorat et les gens qui font partie de ma vie et qui sont plus intéressés (*c'est*) tous ces gens que j'ai rencontré grâce à mes activités de blog et d'écriture quoi, tous ces blogueurs, tous les gens de *Babel* (le webzine auquel collabore Pénélope FR) tous ces gens-là finalement..."

Pénélope affirme que les ami-es qui lisent son blog sont précisément ceux et celles qui sont impliqué-es, comme elle, dans le blogging, point important qui sera traité dans un paragraphe spécifique. D'une façon un peu concomitante, Carl (blogzine *Aujourd'hui*) pense que son blog a plutôt comme vocation de s'adresser à une audience plus large qu'au premier cercle de ses proches.

FR : "Et du côté famille ou amis proches ?

Carl : Oui ils consultent ouais, ils ne consultent pas tous, parce que tous ne sont pas des férus de Web. En fait le cycle de publication il est assez soutenu, donc souvent ça passe vite et tout le monde n'a pas beaucoup de temps et ça dépend des préoccupations.

FR : Vous avez des discussions régulières avec certains de vos proches là-dessus, des feedbacks ?

Carl : Oui on en discute en off mais pas en ligne, oui, oui on en discute oui bien sûr.

FR : Ca compte de quelle manière ou ça compte pas ?

Carl : Dans quel sens ça compte ?

FR : Pour vous.

Carl : C'est intéressant d'avoir un suivi, mais moi je le fais avant tout pour moi et pour partager avec d'autres. Après que ce soit mes proches c'est bien, mais c'est pour ouvrir au maximum de personnes, hein, c'est pas à vocation respective...(...) On a rarement les mêmes goûts d'ailleurs avec les proches mais bon parfois ça fait réfléchir aussi."

L'autre registre est celui du désintérêt quasi total -par ailleurs rarement présenté comme de l'hostilité- de l'entourage familial comme des collègues.

FR : "Comment vos proches considèrent-ils (elles) votre passion blogueuse ?

Krüger (blog d'album *Imperialbedroom* et forum *Garogorille*) : On en parle peu, le temps que j'y consacre -à leurs yeux- s'assimile à du temps personnel à lire. Et encore nous parlons davantage de nos lectures... En résumé ils y sont indifférents

FR : Est-ce que vos collègues de travail connaissent votre blog ?

Krüger : Oui au moins un le lit de temps en temps mais cela se résume aux albums qu'ils ont aimé et : "tu en as d'autres de tel genre, de tel groupe etc.." Pas de quoi prendre la grosse tête."

Pour nous faire une meilleure idée du deuxième registre, écoutons Michel dont on rappelle que son blogzine *Beachblog* comprend à la fois une partie consacrée à sa propre musique, un espace dédié au ukulélé et différents types de chroniques musicales.

FR : “Qu’est-ce que vous avez comme type de retours (ou pas) de vos proches ?

Michel : De mes proches aucun.

FR : Est ce qu’ils fréquentent votre site ?

Michel : Du tout.

FR : Vos amis ?

Michel : Ma femme sait même pas quelles chansons j’écris, elle ne sait même pas quels titres je mets en ligne, donc désintéressé complet pour tous les proches. Mes parents se sont abonnés à ma newsletter et ils m’ont dit : "on y comprend rien". Ils ne s’intéressent pas à la musique alors... (...) Ils sont contents d’écouter quand je fais de la musique quoi. Au niveau des proches, au niveau du boulot, tout le monde sait que je suis musicien, il doit quasiment y avoir trois personnes d’inscrites sur tout le truc, à ma newsletter ... J’arrive pas à fédérer les gens en tant que proches (...). ”

Pour le dire à la façon de Virginia Woolf, le blogging est pour Krüger ou Michel un sorte de *chambre à soi*, d'espace au sein duquel ils tissent d'autres liens que ceux qu'ils ont déjà établis dans les sphères familiales, amicales ou professionnelles du “vrai monde”. Autres de par le médium sur lequel s'appuient ces liens et autres encore car il s'agit effectivement d'autres personnes, d'autres forme de convivialité. Il est d'ailleurs intéressant de constater que Krüger dispose effectivement dans l'appartement familial d'une sorte de “boudoir” musical dédié au blogging.

FR : “Cela peut être à tous moments de la journée lorsque vous avez du temps ?

Krüger : Non, j'explique : j'ai une pièce dans l'appartement qui avec le temps est la pièce de musique donc c'est plutôt le dimanche avec au programme écoute de musique orientée pour la chronique à venir”

d) Public/privé

Une fois considérée la façon dont leurs proches considèrent (ou pas) leur activité sur le Toile se pose la question de savoir comment les blogueurs et blogzineurs mesurent la fréquentation de leurs blogs par ceux qu'il ne connaissent pas.

i) Mesurer et faire croître son audience

Tous les membres du panel utilisent des outils (gratuits) de mesure de la fréquentation de leur plate-forme. Ces propos de Luc résument le sentiment général.

FR : “Vous mesurez depuis combien de temps (*la fréquentation de votre site*) ?

Luc (Scope) : Depuis toujours, j’ai toujours mesuré depuis toujours enfin peut-être que le premier mois je ne l’ai pas fait mais oui depuis toujours. Le fait d’être lu est important, on a besoin de savoir. Enfin, en tout cas moi, j’ai besoin de savoir mais je ne connais pas un seul blogueur qui regarde pas ses stats même si il y en a énormément qui jurent le contraire.

FR : Non, dans ce que j’ai vu, aucun ne jurait le contraire.

Luc : C’est bien. Je pense que c’est un peu rentré dans les mœurs. Pendant longtemps, il ne fallait pas le dire quoi, c’était un petit peu une sorte de pudeur : "on fait ça pour l’esthétisme". Non, mais c’est super important de savoir qu’on est lu, voilà.”

La plupart du temps, les systèmes d'analyse sont fournis par les plate-formes de blogging ou les hébergeurs, ces outils comprenant des séries de statistiques et de graphiques indiquant le nombre de visiteurs uniques⁴⁰ par jour, semaine et mois, origine géographique des visiteurs, dernier site fréquenté par les visiteurs et site sur lequel ils se sont rendus en partant, nombre de commentaires, cartographie des visites etc. Étant donné que les différents systèmes disponibles sur la toile ne fonctionnent pas avec des critères absolument identiques (ils n'utilisent pas des interfaces similaires, leurs méthodes de classement diffèrent, ils ne comptabilisent pas les mêmes paramètres), il est pratiquement impossible de comparer de façon entièrement fiable la fréquentation des blogs. De plus, comme l'ont rapporté plusieurs membres du panel, les méthodes de comptage sont régulièrement changées par les opérateurs notamment parce que c'est sur ces bases qu'ils rémunèrent les blogs qui accueillent des bandeaux publicitaires. Carl fournit un bon exemple de ces fluctuations.

FR : “Vous connaissez le nombre de vos visiteurs uniques sur *Aujourd'hui* ?

Carl : Alors oui ça a évolué en fonction de... À la fois des époques et aussi du mode de calcul parce qu'ils ont remodifié ça... Donc c'est monté jusqu'à, jusqu'à je sais plus attendez, je pense que ça devait être 400 ou 500 visiteurs jour et maintenant c'est moins, ça doit être dans les 200, 250.

FR : Est-ce que vous voyez une raison à ça ? C'est une raison de calcul justement ?

Carl : Il doit y avoir une partie de ça parce qu'en fait sur *Aujourd'hui* et sur Overblog on a possibilité dans un compte premium (*premium* = *abonné payant* FR) d'avoir un refinancement publicitaire, qui est pas énorme, mais qui est pour payer les frais inhérents à la plate-forme.

FR : Ils le proposent ?

Carl : Ils le proposent mais du coup ça a un coût aussi pour eux et je pense qu'ils ont du optimiser leur affichage en fonction (...). Au départ, il y avait, heu, peu de blogs dans ce domaine-là et l'offre a explosé donc il y a eu un nivellement.”

Cela étant, aussi imparfaits soient-ils ces outils permettent néanmoins aux usagers des blogs de mesurer quotidiennement la fréquentation de leur site et de comprendre si les visites s'espacent ou s'intensifient, de quels pays proviennent leurs visiteurs, si les internautes les trouvent grâce à des liens ou encore via un moteur de recherche et dans ce cas par quels types de mots clés.

Le tableau ci-dessous a été établi à partir de ce que les membres du panel ont fourni comme éléments sur la fréquentation en visiteurs uniques de leurs blogs au moment des entretiens, c'est-à-dire entre octobre et décembre 2009. Dans la mesure où il s'agit essentiellement d'estimations, ces chiffres ne doivent pas être considérés comme des résultats parfaitement fiables. Ils n'en donnent pas moins des éléments utiles d'appréciation de l'audience des sites qui, comme on va bientôt le voir, sont en partie validés par d'autres acteurs⁴¹.

40 Si un internaute vient consulter un blog deux fois dans la journée il n'est comptabilisé qu'une seule fois

41 Les personnes m'ont communiqué des données soit en jour, soit en semaine, soit en mois. Dans ces deux derniers cas de figure, la moyenne quotidienne a été calculée grâce à une division par 7 pour la semaine et 30 pour le mois.

Tableau n° 9 : estimations de la fréquentation moyenne par jour de 21 des plate-formes du panel en 2009. Les chiffres s'entendent en visiteurs uniques⁴²

Personne	Site	Type	Nbre de visiteurs
Francis	<i>Golfload</i>	Blog d'album	1500-2000
Laurent	<i>Galloties</i>	Blog d'album	400-500
Duno	<i>Swinglow</i>	Blog d'album	428
Pierre	<i>Doggysound</i>	Blog d'album	300
Pierre	<i>Chandelles</i>	Blog d'album	300
Pierre	<i>Pierreàfeu</i>	Blog d'album	300
Krüger	<i>Imperialbedroom</i>	Blog d'album	80
Jonas	<i>L'Oeuf</i>	Blogzine	4000
Nina	<i>Ninablog</i>	Blogzine	1600
Patrick	<i>Dico</i>	Blogzine	500 - 1000
Michel	<i>Beachblog</i>	Blogzine	800
Franck	<i>Ressence</i>	Blogzine	700-800
Poc	<i>Playloud</i>	Blogzine	300-400
Carl	<i>Aujourd'hui</i>	Blogzine	200-250
Luc	<i>Scope</i>	Blogzine	150
Isabelle	<i>Santoiniloi</i>	Blogzine	100
Pénélope	<i>Handmade</i>	Blogzine	25 - 70
Carmen	<i>Petula</i>	Blogzine	30
Scratch	<i>milkshakes</i>	Blogzine	24
Pénélope	<i>Babel</i>	Webzine	9500
Rolf	<i>Géantverts</i>	Webzine	6000
Alexandre	<i>Nickelodéon</i>	Webzine	300

À présent, comparons le nombre de visiteurs uniques du tableau n° 9 avec la fréquence de publication de 19 blogs d'albums et blogzines du panel dans le tableau n° 10 ci-dessous.

Personne	Site	Type	Fréquence des messages	Visiteurs uniques/jour
Francis	<i>Golfload</i>	blog albums	1 fois par jour	1500-2000
Laurent	<i>Galloties</i>	blog albums	Irrégulière	400-500
Duno	<i>Swinglow</i>	blog albums	1 message tous les deux jours	428
Pierre	<i>Doggysound</i>	blog albums	Environ 1 message par semaine	300
Pierre	<i>Chandelles</i>	blog albums	Environ 1 message par semaine	300
Pierre	<i>Pierreàfeu</i>	blog albums	Environ 1 message par semaine	300
Krüger	<i>Imperialbedroom</i>	blog albums	1 à 3 fois par semaine	80
Jonas	<i>L'Oeuf</i>	blogzine	1 message par jour	4000
Nina	<i>Ninablog</i>	blogzine	Chronique hebdo, 2 billets par jour	1600
Patrick	<i>Dico</i>	blogzine	5 fois par semaine	500 - 1000
Michel	<i>Beachblog</i>	blogzine	1 fois par mois = autres chroniques	800
Franck	<i>Ressence</i>	blogzine	1 message tous les deux jours	700-800
Poc	<i>Playloud</i>	blogzine	1 message tous les 2 jours environ	300-400
Carl	<i>Aujourd'hui</i>	blogzine	1 message par jour	200-250
Luc	<i>Scope</i>	blogzine	1 message tous les deux jours	150
Isabelle	<i>Santoiniloi</i>	blogzine	2 fois par semaine	100
Pénélope	<i>Handmade</i>	blogzine	Irrégulière mais agenda mensuel	25 - 70
Carmen	<i>Petula</i>	blogzine	1 fois par jour à 2/3 fois par semaine	30
Scratch	<i>milkshakes</i>	blogzine	1 à 2 fois par mois	24

Tableau n° 10 : fréquence des messages et fréquentation

⁴² Ces chiffres ont été obtenus à partir de données fournies lors des entretiens et pendant la rédaction du rapport

En ce qui concerne les blogs d'albums, les tableaux permettent d'identifier plusieurs tendances.

D'abord, on s'aperçoit que le blog qui reçoit le plus grand nombre de visiteurs par jour (celui de Francis) est celui qui se tient -et ce depuis 2006- à un rythme de publication quotidien, publiant parfois une dizaine de disques le même jour. Dans un même ordre d'idées, le blog jazz de Duno, où abondent les nouveautés et qui publie un message tous les deux jours, obtient également une fréquentation substantielle, du moins si on le compare avec la fréquentation des autres blogs. Par ailleurs, chacune de ces deux plate-formes a sa propre personnalité musicale ; le blog de Francis est une sorte d'encyclopédie en ligne allant de l'avant garde jazz et rock à la musique symphonique en passant par la chanson française et le rock métal. Le blog de Duno est l'un des rares blogs francophones de jazz présents sur Blogspot. De façon voisine, si les trois blogs de Pierre attirent quotidiennement 900 visiteurs c'est que ceux-ci sont probablement attirés par l'originalité et la rareté des musiques (et des textures sonores) et qu'ils apprécient la ponctualité (un message par semaine) de l'animateur. En résumé, *l'abondance et la régularité alliés à une ligne éditoriale claire fidélisent les visiteurs* de ces blogs et contribuent à leur réputation. Pour ce qui concerne le blog de Laurent (400 à 500 visites par jour) on peut certainement comprendre la fréquentation élevée de son blog par le fait que ce dernier y propose des disques (souvent très) rares ce qui, du point de vue des visiteurs, compense largement l'irrégularité de publication. L'autre facteur qui explique la fréquentation soutenue de ces six blogs tient au fait que leur accumulation de messages facilite leur indexation par les moteurs de recherche. De ce fait, l'internaute tapant dans Google ou Yahoo (par exemple) le nom d'un artiste et un mot clé type "Rapidshare" ou "Blogspot" se verra régulièrement proposer ces plate-formes. À contrario des autres blogueurs d'albums, Krüger ferme la marche avec 80 visiteurs. Bien que plus régulier que Laurent (et présent sur le même blog depuis 2006/2007) cela ne lui permet pourtant pas de fédérer autant d'internautes que ses pairs. Quoique éclectique, son blog n'est probablement pas assez abondant, trop peu actif et surtout par trop généraliste pour attirer plus d'internautes. Si l'on considère comme efficiente l'idée que les blogs d'albums se positionnent généralement comme des lieux d'expertises, il est possible que la réflexion constante que mène Krüger sur la formation de son propre goût musical et sur son histoire personnelle contribue à le marginaliser quelque peu. À partir de ces éléments, on peut faire l'hypothèse que pour se constituer un public un blog d'albums doit au moins répondre de façon satisfaisante à un des trois critères suivants : originalité, abondance, régularité et que leur addition constitue un atout majeur. En définitive, les mesures quantitatives confirment l'hypothèse que la réputation d'un blog d'album s'étend lorsque son animateur démontre sa capacité à documenter *comme aucune autre personne* un ou plusieurs styles musicaux et d'une façon qui -quelqu'en soit la forme- légitime sa position d'expert. La comparaison qui viendrait à l'esprit serait alors la collection de livres spécialisés et l'historien de l'art.

Du côté des blogzines, l'analyse montre également une configuration assez homogène : *plus les blogzines sont réguliers et publient fréquemment des billets et plus leur audience semble augmenter*. De ce point de vue, le rapport entre prolixité et fréquentation semble confirmé par le fait que deux des blogzines -celui de Nina et de Patrick- fédèrent des audiences significatives alors même que leurs plate-formes ont été ouvertes plus tard que certains "vétérans" comme Luc, Carl ou Jonas arrivés respectivement sur la toile en 2002, 2004 et 2006. Mais voilà, Patrick et Nina écrivent beaucoup : 472 messages publiés sur ses

deux blogs en 2009 pour Patrick et pas moins de 1039 cette même année pour Nina (cf. tableau n°7) ! Un fort taux de visites s'explique sans doute également lorsque les sites proposent de nombreux types de rubriques (ce qui est le cas pour Jonas, Nina, Patrick, Michel, Franck, Poc, Carl) et avec une place conséquente accordée à l'actualité culturelle et aux nouveautés. Il est également important de constater, qu'à l'exception de Michel et Carl, les blogs les plus fréquentés sont tenus par des passionné-es d'écriture. À l'inverse, les blogzines de Luc, Isabelle, Carmen, Scratch ont moins de visiteurs soit parce qu'un récent changement de plate-forme leur a fait perdre des lecteurs (les robots des moteurs de recherche associant alors moins leur plate-forme avec des mots clés), soit parce que leur existence est récente, soit encore parce que leur périmètre éditorial est plus étroit. Il y a tout lieu de penser que ces "règles" sont également applicables dans le cas des webzines.

À partir de ces éléments sur le fonctionnement des blogzines, le rapport entre la régularité et l'abondance, d'une part, et la fidélisation d'une audience, d'autre part, évoque une fois encore, la presse quotidienne ou magazine. On peut d'ailleurs affiner/renforcer cette comparaison en considérant que la différence de fréquentation entre les blogzines généralistes fréquentés et ceux plus pointus (pour emprunter une expression revenue à maintes reprises lors de l'enquête) fait penser à l'écart de tirage que l'on pourrait trouver entre les magazines *Mojo* (dédié à l'actualité du rock) et *Wire* (plus orienté vers les musiques expérimentales) en Grande-Bretagne. De ce point de vue, on doit remarquer qu'à la façon dont *Wire*, dont le tirage est certainement inférieur à celui de *Mojo*, est souvent cité comme une référence par la presse musicale (comme dans cette enquête), la moindre fréquentation du blogzine de Luc ne l'empêche pas d'exercer un fort attrait sur le reste de la blogosphère (il est souvent cité) jusqu'à certains quotidiens. Comme on le verra plus loin, cette "notoriété paradoxale" a été vérifiée par des mesures effectuées en ligne grâce au logiciel *Issuecrawler*.

ii) Disséminer

On vient de voir que pour accroître son lectorat, il est nécessaire -et quelque soit la type de plate-forme que l'on anime- de publier régulièrement et de proposer une plus value éditoriale. Une autre condition est d'être présent là où on n'est pas soi-même c'est-à-dire qu'à différents endroits de la Toile, et les plus nombreux possibles, figurent des panneaux indicateurs pointants vers votre site. Ces bornes sont très variées : il peut s'agir d'un lien vers votre site figurant dans une liste de sites recommandés par un autre blog, du résultat d'une recherche effectuée avec un moteur de recherche, d'un article vous citant, de votre signature dans une page de commentaire qui, si l'internaute clique dessus, l'emmènera sur votre blog etc. Quoiqu'il en soit, pour augmenter l'audience d'un site il faut donc qu'un faisceau de signes converge vers lui. Scratch explique comment il a compris que le fait d'être référencé sur d'autres plate-formes générait du trafic vers son blogzine. Voilà ce qu'il répond lorsque je lui demande si, justement, il s'occupe de déposer des liens sur la Toile.

Scratch (*Milkshakes*) : "Alors ça j'essaie de le faire, ça.

FR : Donc comment ?

Scratch : Ben je vois un peu avec Google Analytics (*l'outil d'analyse du trafic de Google* FR), c'est à dire que je vois les référents (*d'où viennent les internautes*) donc voilà c'est comme ça que j'ai vu que Summer mixes (*il s'agit d'un site où Scratch avait été invité à déposer un mix*) m'a apporté énormément.

FR : Alors comment tu t'y prends pour poser des liens à droite à gauche ?

Scratch : Non, alors ça je le fais pas assez justement. Je me suis rendu compte de ça. C'est-à-dire que je me suis rendu compte que j'ai fait des commentaires chez *Scope*, vraiment sans penser du tout à ça, et c'est monstrueux.

FR : En posant un lien ?

Scratch : Non c'était pas un lien, c'était juste...

FR : La signature Blogger ? (NB : lorsque le titulaire d'un compte Blogspot dépose un commentaire dans une plate-forme également hébergée par Blogspot, un clic sur sa signature amène directement sur son profil de blogueur FR)

Scratch : Voilà, et c'est monstrueux. Je sais pas quelle est son audience (*Il parle du blogzine Scope de Luc*). Alors lui, il bosse comme un fou hein, c'est-à-dire qu'il fait un post et dix, quinze, vingt fois sur Twitter il redit qu'il l'a fait (...) et même sur Facebook il le poste deux, trois fois, ce que je fais moi aussi d'ailleurs. Et je pense qu'il a une audience absolument phénoménale. Enfin j'imagine, parce qu'un commentaire, sans mettre un lien, des fois ramène soixante dix, quatre-vingt vues."

En conséquence de quoi, Scratch s'efforce de

“ (...) poster dans des endroits à forte audience avec mon nom de blogueur et donc la possibilité de cliquer, d'aller regarder... Ce qui me désespère sur *Babel* c'est que tu n'as pas ton lien sur ton site, ce qui, je pense, est calculé”

Cela étant, Scratch précise également que

" Si j'ai pas un truc important à dire je vais pas mettre de commentaires s'il n'y a pas ça."

En somme, les constats effectués par Scratch montrent qu'une stratégie de développement (pour le dire dans les mots du marketing) nécessite de déposer le plus possible de liens pointants vers son blog dans d'autres sites.

Cette hypothèse a, dans une très grande mesure, été corroborée à partir de mesures effectuées avec le logiciel d'analyses de réseaux en ligne *Issuercrawler*. Dans un premier temps, le logiciel a scanné les plate-formes d'un panel constitué de tous les blog d'albums, blogzines et webzines du panel (soit 26 plate-formes de personnes ayant une relation à l'Ile de France + *Swinglow* et *NinaBlog* qui demeurent à l'extérieur de la région) et à partir du recensement de la totalité des pages citées dans ce réseau a défini un réseau plus grand. Convenons d'appeler le panel de 28 plate-formes (26 franciliens + 2 externes)⁴³ le *noyau* et les autres pages localisées la *périphérie*. Dans l'ensemble noyau + périphérie, *Issuercrawler* a recensé les adresses URL de 81 sites cités au moins deux fois, sachant que pour chacun d'entre eux le logiciel a mesuré le nombre de pages qui s'y rattachaient. Par exemple, la plate-forme de blogging *WordPress* a été identifiée 1925 fois, le site de streaming *Deezer* 79 fois, le site de partage de vidéos en ligne *Vimeo* 39 fois, le réseau social *MySpace* 160 fois etc. Le tableau ci-dessous montre les sites du panel qui sont classés au sein de ce grand réseau et le nombre de pages localisées par le logiciel.

43 La composition de ce panel est détaillée dans le tableau n° 1

Classement	Nom du site	Nombre de pages localisées
1	Dico	4099
3	Ninablog	2360
5	Playloud	2210
11	Scope	1897
16	l'Œuf	1744
21	Babel	1465
30	Handmade	686

Tableau n° 11: classement des acteurs (noyau + sa périphérie) par pages

Si, à présent, on demande au logiciel de faire l'inventaire au sein du grand réseau (noyau + périphérie) de 81 sites *des liens* pointant vers d'autres sites, les 7 plate-formes du panel sont classées ainsi :

Classement	Nom du site	Nbre de liens cités
1	Dico	31
3	Babel	28
4	Ninablog	25
11	Scope	22
28	Playloud	15
29	Handmade	15
35	l'Œuf	12

Tableau n° 12 : classement des acteurs (noyau + sa périphérie) par site

Même si elle n'est pas linéaire, il semble donc qu'*il existe bien une relation entre la visibilité d'un site* (mesurée ici à partir de nombre de liens qui pointent vers lui au sein d'un réseau) *et le volume d'activité fourni par son ou ses animateurs (trices)*. Ces données confortent les observations quotidiennes que j'ai menées tout au long de ce projet, à savoir que les plate-formes les plus influentes ne sont pas seulement celles qui publient des articles de façon soutenue (cf. en infra le paragraphe consacré à l'investissement et le tableau n° 8) et proposent des contenus éditoriaux singuliers mais aussi celles dont les animateurs (trices) déploient le plus d'énergie *tant à l'intérieur* (en particulier dans les pages dédiées aux commentaires) *qu'à l'extérieur de leur propre site*, par exemple en contribuant régulièrement à d'autres webzines (ce qui est le cas de plusieurs membres du panel) et essaient à tous vents des messages (signature dans des pages commentaires, articles cités, pages de son propre blog etc). Je reviendrai dans le paragraphe 9 sur d'autres analyses menées avec le logiciel *Issuercrawler* mais avant cela je voudrais continuer à décrire les différentes formes de “présence au monde numérique” que j'ai entrepris de recenser.

iii) Rester branché

Depuis le début de ce rapport, nous avons découvert différentes déclinaisons du “blogging en action” et notamment repéré celles qui soutenaient la réputation/fréquentation d'un site : ligne éditoriale spécifique, publication régulière et abondante, être cité sur des sites de référencement, repéré par les moteurs de recherche, linké sur d'autres blogs mais aussi avoir développé un réseau de contacts et de relais en ligne (informateurs, pairs, labels, professionnels de la communication etc.) comme dans l'espace physique (salles de spectacles, festivals, presse papier etc.). Combiner toutes ces déclinaisons contribue certainement à structurer une audience, à la fidéliser voire à la développer. Toutefois, la présence sur le Net se déploie aussi sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter et c'est pourquoi nous allons nous y arrêter un instant.

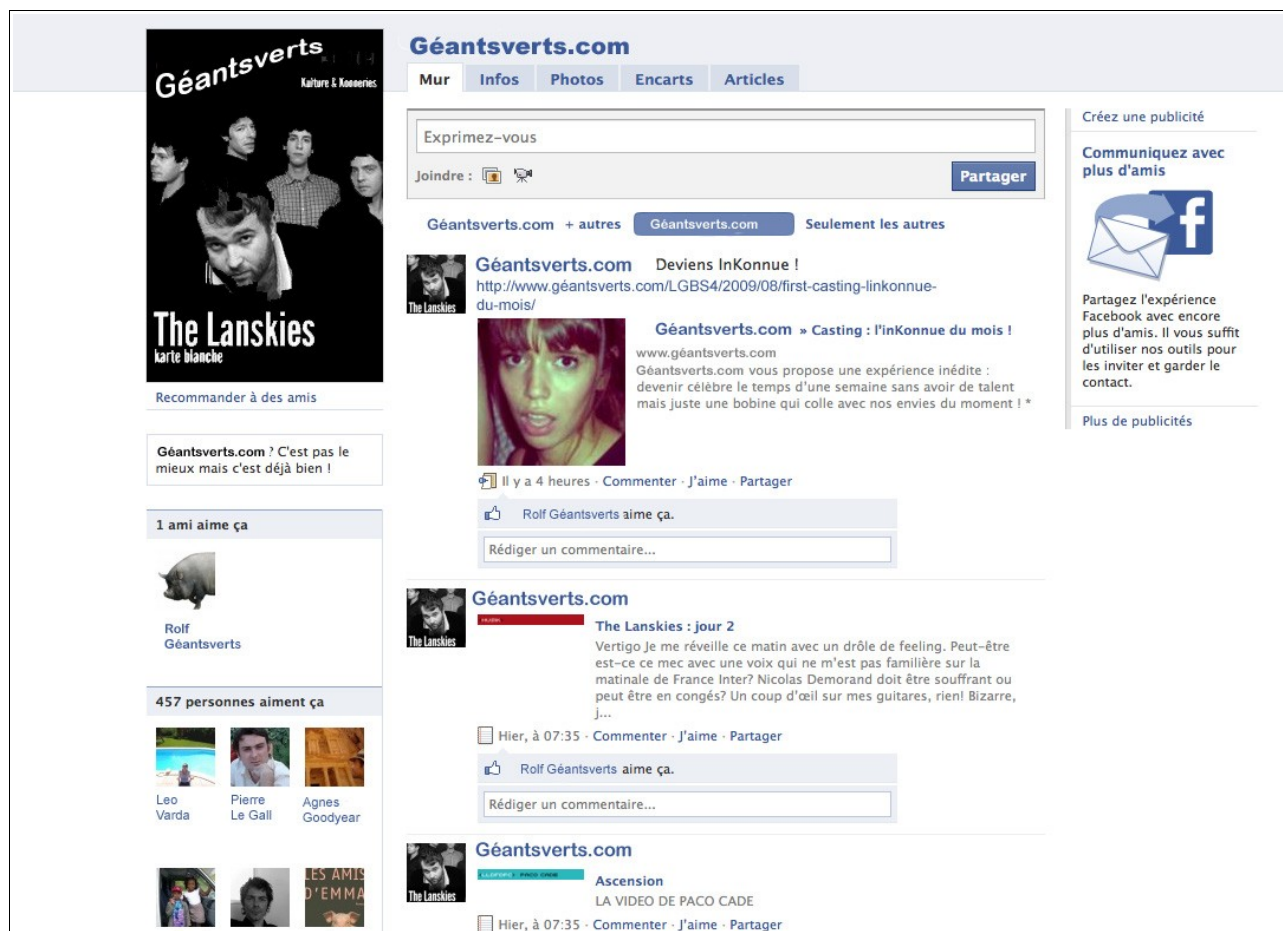
Toute personne qui crée un profil sur Facebook a la possibilité de dialoguer en différé (via des messages privés ou des annonces lisibles par ses amis) ou en direct (grâce à une sorte de chat interne) avec d'autres membres de cette plate-forme et d'inviter des “amis” à le rejoindre. Réciproquement, d'autres membres de Facebook peuvent évidemment vous inviter à devenir leur ami-e. Chaque membre peut ajouter des photos, vidéos, articles sur son profil et déposer des messages sur les pages de ses amis et parfois aussi (s'ils le permettent) consulter les pages de membres non (ou pas encore) amis.

Figure 18 : un exemple de profil Facebook

The image shows a screenshot of a Facebook profile for a user named Francois Ribac. The profile is displayed in a two-column layout. On the left, there is a profile picture of a man with dark hair, a cover photo, and a bio that reads "compositeur et chercheur en sociologie". Below the bio, there are sections for "Informations" (Date de naissance: 16 mars 1961, Site web: http://www.lesribacschwabe.net/index.html, http://francoisribac.blogspot.com) and "Amis" (261 amis). On the right, the profile name "Francois Ribac" is at the top, followed by tabs for "Mur", "Infos", "Photos", and "Événements". Below the tabs, there is a section titled "Les choses que vous aimez peuvent désormais être liées à des Pages" with a link "Voir les suggestions de Pages". The "Informations générales" section lists "Sexe: Homme" and "Date de naissance: 16 mars 1961". The "Centres d'intérêt" section lists "théâtre musical et recherches en sociologie" and "Associé maritalement et artistiquement avec Eva Schwabe". The "Coordonnées" section lists "Adresse électronique: djattak@gmail.com" and "Site web: http://www.lesribacschwabe.net/index.html, http://francoisribac.blogspot.com/". The "Pages" section lists "Magicrpm.com", "Spöka", "ResMusica.com", "cathalcoughlan", and "Culturofil". The "Groupes" section lists "POP FRANCAISE ET ROCK PROGRESSIF FRANCAIS ET ASSIMILE DANS LES ANNEES 70, Playlist Society, Philharmonie de Paris, 104 CENTQUATRE, Laforme-interactive (cité de tréville), Simon".

Facebook a également comme particularité de comprendre des pages collectives où se retrouvent des gens qui partagent les mêmes goûts (ex les fans du blogzine *Géantsverts*) ainsi que des fonctionnalités permettant d'inviter des personnes à un événement, par exemple un concert, un apéro géant etc. Tour à tour "page perso", mini site, alerte événementielle, réseau d'amis d'enfance, forum de discussion, agence de rencontres, cette plate-forme a -comme on le sait- rencontré un grand succès depuis sa création en 2004⁴⁴.

Figure 19 : la page Facebook du webzine *GéantsVerts*⁴⁵



L'autre caractéristique majeure de Facebook tient au fait que l'espace commun auquel on participe est unique (il correspond à la configuration spécifique de vos d'amis) et qu'à l'intérieur de cette agora singulière on peut (à condition d'en comprendre le fonctionnement) réserver l'accès de certaines pages (les photos de sa famille, ses vidéos de vacances, des articles sur des disques etc.) à certaines personnes. Pour le dire autrement, Facebook s'apparente bien plus à une représentation privée qu'à une arène publique, une sorte de spectacle auquel on serait convié uniquement sur invitation, dont la scène ne serait pas entièrement visible pour tous les spectateurs et dont certains extraits seraient re-diffusés, via des réseaux de télévision, à des gens triés sur le volet. Dans un même ordre d'idées, à la façon d'une sorte de scène ouverte chacun-e peut quand il (elle) le souhaite monter sur le

44 SelonWikipédia le réseau comptait 400 millions de membres en décembre 2009 dont 15 millions en France.
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Facebook> le 18 mai 2010

45 Capture d'écran réalisée le 18 mai 2010

plateau, s'adresser aux autres qui, de plus, ont la capacité de répondre à leur tour. Réponse qui sera visible dans le cadre de la configuration de la personne etc.

Sorte de version simplifiée de Facebook couplée avec certaines fonctionnalités du blogging, l'interface de Twitter permet d'envoyer de courts messages (140 caractères maximum) et de stocker sur une page connexe quelques contenus comme par exemple des photos. Les abonné-es à Twitter choisissent les gens (*following*) dont ils veulent suivre les messages (*tweets*) tandis qu'ils sont eux-mêmes suivis (*followers*) par d'autres. Twitter est couramment désigné comme une plate-forme de micro-blogging⁴⁶ en ce sens qu'à la façon d'un blog elle permet non seulement de prendre la parole et de lire ce que disent les autres mais aussi de dialoguer avec eux, soit par le biais de messages privés soit en écrivant un message désignant (éventuellement) à qui l'on répond et à qui l'on s'adresse spécifiquement. Un peu à la manière de Facebook, chaque personne s'adresse dans Twitter à une assistance qui l'a choisie et lit ceux et celles (à condition qu'ils ne s'y opposent pas) qu'elle a sélectionné. De ce fait, la métaphore de la représentation privée employée ci-dessus pour décrire Facebook pourrait également convenir pour Twitter.

Figure 20 : extrait d'une page de Twitter où figurent des tweets de certains des membres du panel (Pénélope -blogzine *Handmade*-, Luc -*Scope*-, Patrick -*Dico*-)⁴⁷



46 Le terme "micro" renvoie également à la limitation du nombre de caractères dont on dispose pour s'exprimer.

47 Capture effectuée le 18 mai 2010

Le tableau ci-dessous répertorie l'affiliation des blogzineurs et webzineurs à ces deux plateformes de réseaux sociaux.

Tableau n° 13 : affiliations à Facebook et Twitter de 23 blog/webzineurs (euses) et quatre membres de forums du panel⁴⁸.

Personne	anime ou participe à un	Facebook	nbre d'amis	Twitter	followers
Arnaud	webzine	oui	322	non	—
Pressbuton*	webzine	non	—	oui	238
Mathias	webzine	oui	574	non	—
Rolf	webzine	oui	458	oui	66
Andy	webzine	oui	772	non	—
Nickelodéon*	webzine	oui	590	oui	202
Alexandre	blogzine	oui	605	oui	1
Franck	blogzine	oui	233	non	—
Nina	blogzine	oui	859	oui	1193
Jonas	blogzine	oui	205	non	—
Poc	blogzine	non	—	non	—
Patrick	blogzine	oui	—	oui	—
Carmen	blogzine	oui	1189	oui	935
Carl	blogzine	oui	134	oui	11
Isabelle	blogzine	oui	421	oui	308
Michel	blogzine	oui	41	oui	22
Veza	blogzine	oui	122	non	—
Scratch	blogzine	oui	155	oui	257 (possède deux comptes twitter)
Luc	blogzine	oui	231	oui	529
Pénélope	blogzine	oui	465	oui	652
Babel*	Webzine	oui	5576	oui	32043
Frédéric	forum	oui	pas d'accès	non	—
Krüger	forum	non	—	non	—
Kevin	forum/webzine	oui	pas d'accès	non	—
Bertrand	forum/webzine	non	—	non	—
Autoban	forum/webzine	oui	—	264 non localisé	—

NB : Sauf lorsqu'elles sont teintées en jaune citron, les pages Facebook et Twitter sont dédiés au blog, au blogzine, webzine ou forum auquel les personnes participent. Dans le cas contraire, il s'agit de pages avant tout personnelles c'est-à-dire où le site n'est pas (ou marginalement) mentionné. Il est bien entendu possible que les personnes gérant un site ne m'aient pas indiqué qu'elles avaient également des pages personnelles (avec leur “vrai nom”) et en particulier celles qui bloguent sous pseudos et l'ont conservé durant nos entretiens. Deux situations dérogent à ce classement. D'abord Andy (webzine *Indéactu*) qui utilise sa page Facebook à la fois comme une page “perso” et pour relayer le webzine auquel il contribue et Scratch qui a un compte Twitter sous son nom de blogueur et l'autre sous son nom de famille. Le signe * indique que les pages Facebook et Twitter des webzines ne sont pas forcément tenues par les membres du panel qui y participent.

48 Données recueillies les 20 et 28 mai (pour Carl) 2010

Comme on peut le voir dans le tableau n° 13, à l'exception de deux membres de forums et d'un blogzineur (Poc), la quasi totalité des membres du panel recensés ici ont recours à Facebook tandis que l'usage de Twitter est plus circonscrit⁴⁹.

Comme indiqué plus haut, certains membres du panel permettent à tout le monde d'accéder à l'ensemble de leurs données personnelles sur leur profil Facebook tandis que d'autres filtrent. De plus, un nombre conséquent d'utilisateurs possède une page personnelle *et* une page dédiée de blogueur ou encore une page dédiée à un site (et non pas à son ou ses animateurs) en tant que tel (par exemple les *fans de Nickelodéon*). Ces dédoublements d'identités se retrouvent également sur Twitter. Bien entendu, à chaque profil correspond des amis (sur Facebook) et des followers/following (sur Twitter) spécifiques qui, par ailleurs, peuvent se recouper. Prenons un exemple. Scratch possède deux profils sur Twitter : l'un dédié à ses contacts professionnels et amicaux et où il utilise son état civil et un autre intitulé Scratch, son pseudonyme de blogueur, sachant que certains de ses contacts ont accès aux deux profils et d'autres pas. Sur Facebook, Scratch n'utilise qu'un seul profil (avec son état civil) mais il module l'accès à ses données (photos familiales, infos diverses, liste d'amis) en fonction de différents critères (par exemple ses collègues de travail ne voient pas certaines photos). Sur ces trois profils (Twitter et Facebook) Scratch peut être amené à mentionner des posts de son blog, mais sans forcément préciser à ceux qui l'ignorent qu'il est l'auteur du blog qu'il recommande. Mais nonobstant les différents filtres que Scratch met en œuvre -avec une virtuosité qui impressionne- le public auquel il s'adresse est de toute façon hybride : amis, collègues de travail proches et éloignés, professionnels de la musique (labels, agences, salle de spectacles, journalistes, artistes, producteurs), artistes américains, famille, quelques inconnu-es, blogueurs etc. Ce mélange des genres, qui tient fondamentalement à la nature hybride des réseaux sociaux, peut par exemple résulter d'un enchaînement de circonstances. Isabelle (blogzine *Santoiniloi*) qui s'exprime très régulièrement sur Facebook pour un public composite où figurent des proches et des inconnus (par exemple des lecteurs de son blog) explique qu'elle a initialement rejoint cette plate-forme pour rester en contact avec des gens habitant loin de chez elle.

Isabelle : “Heu, pourquoi j’y suis allée ? Oui ça y est, je sais. Donc c’était en septembre ou octobre 2007, j’ai passé en fait un mois toute seule, c’était mon premier grand voyage au Mexique avec des gens qui venaient du monde entier. C’était une sorte de camp, un camp environnemental en fait hein, et j’ai noué des relations avec des gens qui étaient du monde entier et c’est eux qui m’ont parlé de Facebook. “C’est quoi ce truc ?”.

FR : Ils ne connaissaient pas votre blog alors ?

Isabelle : Non pas du tout, donc au départ j’ai eu Facebook pour garder des relations avec des gens qui sont loin de moi. J’ai une famille qui vit aux quatre coins du monde vraiment hein et Facebook offrait la possibilité de transmettre facilement, de mettre à disposition des photos, des films. Ça devient super intéressant quand déjà il y a des enfants. Donc ma sœur attend son deuxième enfant maintenant, mais le premier, en fait elle habitait à Paris et donc elle est partie vivre en Suède. Quand le petit avait deux ans, il en a maintenant presque six et je l’ai beaucoup gardé à Paris. Il me manquait terriblement et le fait d’avoir à disposition... Parce que du coup je lui en ai parlé et je lui ai dit : “tu sais, il y a un réseau là qui s’appelle Facebook tu sais c’est bien” elle s’est mise dessus, ma mère aussi est dessus donc je poste des photos et ça permettait aussi à ma mère de voir des photos de moi.”

49 Je n'ai pas recueilli ces informations auprès des deux blogueurs d'albums interrogés via des questionnaires

Puis, petit à petit, Isabelle va synchroniser les messages de son blog sur Facebook jusqu'à utiliser un nom de profil où s'entremêlent son pseudo de blogzineuse et ses "véritables" noms et prénoms. À contrario, Franck (blogzine *Ressence*) dissocie son public et ses amis ou, pour le dire autrement, son activité de blogzineur et le reste de son existence sur les réseaux sociaux et le Web.

FR : "Vous avez aussi une page Facebook ?

Franck : Oui, enfin non. C'est vraiment ma page individuelle, à mon nom

FR : Parce que je l'ai pas vue. Elle est pas liée à votre blog ?

Franck : Non c'est vraiment ma page individuelle, à mon nom"

S'il dissocie un peu moins amis et public que Franck, Carl qui utilise son véritable nom sur ses différents blogzines applique toutefois une sorte de principe d'auto-limitation.

FR : "Donc là, vous avez combien d'amis ?

Carl (Blogzine *Aujourd'hui*) : Pas tant que ça

FR : (rires)

Carl : Non une centaine, j'ouvre pas tous azimuts ça ne m'intéresse pas.

FR : Donc c'est lié à des gens que vous connaissez ?

Carl : À des gens que je connais.

FR : Alors, sur votre page Facebook on peut trouver un lien vers vos blogs ?

Carl : Oui sur mes blogs et puis généralement si je fais un post sur un des blogs il apparaît sur Facebook aussi, manuellement."

Ce principe de ne pas "faire du chiffre" sur Facebook -que plusieurs de membres du panel reprennent à leur compte- est appliqué strictement par Kevin du forum/webzine *Metalardent*. Qu'on en juge par l'extrait de notre conversation par chat ci-après :

FR : "Facebook, Twitter etc. ?

Kevin : Facebook oui, je suis "fan" des groupes qui me plaisent mais j'interviens jamais dans les discussions, le reste non.

FR : Tu as un profil sur FB ? Je suis ici :

<http://www.facebook.com/home.php#/profile.php?id=1135762817&ref=profile>

Kevin : Je t'ai envoyé un message pour que tu puisses voir le mien

FR : Et je t'ai invité... (...)

Kevin : Le prends pas mal pour la demande d'ami mais j'ai pour principe d'ajouter que des gens que je connais physiquement...

FR : C'est une bonne réponse ! "

De fait, si Kevin a d'emblée utilisé le tutoiement durant la conversation en ligne, il refuse de devenir mon ami sur Facebook parce qu'il ne m'a jamais rencontré physiquement même s'il me propose -afin de faciliter mon enquête- de consulter son profil. À l'inverse, l'un des chroniqueurs de *Metaldardent* -que je n'ai jamais rencontré et avec qui je n'ai pas eu de contacts en ligne mais qui a débattu de ma demande d'entretien avec les autres chroniqueurs du site- m'invite à devenir son ami sur Facebook quelques jours plus tard. Il le fait d'ailleurs en utilisant sa "véritable identité".

Cela étant comment les membres du panel utilisent-ils au quotidien ces deux plateformes ? Écoutons Andy du webzine *Indéactu*.

FR : "Donc vous publiez pas mal sur le Facebook ? Quoi, un ou deux commentaires par jour ?

Andy : Oui à peu près.

FR : Il y a beaucoup de choses qui sont liées à ce que vous faites pour *Indéactu*.

Andy : Oui, on encourage les rédacteurs qui sont sur *Indéactu*, ce n'est pas une obligation non plus, de communiquer ce qu'ils font pour *Indéactu*. Alors, je vais pas le faire systématiquement dès que j'ai une brève non plus mais si je fais un truc un peu plus consistant généralement je vais faire quand même un lien.

FR : Ca veut dire aussi sélectionner des vidéos de vieux groupes ?

Andy : Oui alors ça je le fais vraiment de façon personnelle et ça a pas de liens avec *Indéactu*.

FR : Alors comment vous procédez pour ça ?

Andy : C'est vraiment à la ... Non, mais si je vais voir un groupe je vais faire un commentaire et éventuellement joindre une vidéo pour ceux qui connaissent pas, pour qu'ils voient à quoi ça ressemble. Après, c'est juste parce qu'untel m'a parlé d'un groupe totalement oublié et je m'aperçois que sur YouTube il y a des choses ou en réponse à quelqu'un qui a posté une vidéo je vais en mettre une autre, enfin c'est un peu l'inspiration.

FR : Vous l'avez depuis combien de temps votre page Facebook ?

Andy : Pas depuis très longtemps (...) je pense depuis le deuxième semestre 2008, peut-être un an et demi."

Les observations que j'ai menées sur Facebook et Twitter montrent des usages très variés où- à l'exception de quelques personnes- les registres personnels et prescriptifs se croisent sans cesse, se tissent serait-il plus juste de dire. Ainsi, certains blogzineurs du panel utilisent ces réseaux pour tenir informés les "sympathisants" de leur site de leurs dernières parutions, notamment en synchronisant la publication des messages sur leur blog avec Facebook et Twitter ou en écrivant une annonce spécifique. D'autres (parfois les mêmes) commentent d'heures en heures leur journée au travail, ce qu'ils voient dans la rue ou les transports, font part de leurs premières impressions d'un disque ou donnent leurs impressions à chaud pendant un concert, d'autres racontent leurs voyages étapes par étapes ou le déroulement d'un festival, commentent l'actualité politique, recommandent des endroits sympas, des livres, mettent en écoute (sur Facebook) des vidéos ou des mp3 glanés sur le Net, publient des photos réalisées avec leurs téléphone portable quelques minutes auparavant, mettent des liens vers des sites à découvrir. Un grand nombre plaisantent et dialoguent avec d'autres blogueurs et blogueuses, voire se plaignent de leurs insuffisances stylistiques puis à la suite

d'une salve d'encouragements affectueux se remettent à écrire etc. Par ailleurs, si nombre de blogzineurs recourent à Facebook et/ou à Twitter de façon assez comparable, ceux qui sont inscrits sur les deux plate-formes semblent considérer (et utiliser) leur profil Facebook comme un espace un peu plus privé que Twitter. Ainsi Isabelle (*Sanstoiniloi*) à propos de sa page Facebook.

Isabelle : “(...) Jusqu'à il y a trois mois, on voyait même pas ma photo, on a accès à aucune information, je veux que ça soit un profil privé.

FR : Donc on peut vous envoyer des messages ?

Isabelle : On peut m'envoyer des messages pour me contacter mais comme je l'ai dit, sur Facebook je n'accepte que les gens que je connais de visu alors que sur Twitter je laisse les gens, ils font ce qu'ils veulent. S'ils ont envie de suivre ce que je raconte, je m'en fiche.

FR : Depuis quand vous êtes sur Twitter?

Isabelle : Sur Twitter, alors là ça doit être, c'est cette année, c'est sûr, c'est 2009. Et en plus au départ ça devait être un message tous les mois quoi, donc je m'en servais absolument pas. (...)

FR : Combien vous avez de gens (*sur Twitter*) qui vous suivent ?

Isabelle : Je sais pas, peut être 200 pas plus. Mais je n'y suis pas depuis très longtemps.

FR : Vous avez combien d'amis sur Facebook ?

Isabelle : Je pense que je dois toucher aux 400 quelque chose comme ça, 400, 450. Que des gens que je connais. (...)

À partir d'un certain moment, Patrick (*Dico*) a néanmoins proposé à Isabelle de déroger un peu à cette séparation étanche et de synchroniser ses comptes Facebook et Twitter, proposition qu'elle a acceptée. Grâce à la synchronisation des deux plate-formes Isabelle a donc élargi un peu plus son audience et ses contacts potentiels.

Isabelle : “Twitter c'est un excellent outil, j'ai conclu un partenariat pour Radio D. (*la radio à laquelle Isabelle collabore* FR) via Twitter, quelqu'un qui proposait un partenariat pour une date au Nouveau Casino (*une salle de spectacle située à Paris 11e* FR) avec des groupes et ça nous a permis de mettre en place une collaboration assez durable. Et ça m'a permis d'avoir des contacts supplémentaires au niveau de la musique oui c'est vrai. Si la personne de chez Discograph (*un label*) m'a trouvée pour me proposer Youth Gang (*il s'agit ici d'un groupe*) c'est parce qu'elle m'a trouvé sur Twitter et sur le K. (*un website auquel Isabelle collabore également*). C'est quelqu'un qui a réussi à faire le lien c'est très rare, parce que comme j'écris sur plusieurs supports les gens font pas du tout le lien en général et puis ils ne cherchent pas forcément.”

Après plusieurs mois d'observations, l'impression générale est que par le truchement des réseaux sociaux et grâce aux applications qui permettent de s'y connecter avec son téléphone portable, les blogzineurs restent non seulement connectés au Web mais gardent aussi le contact avec la blogosphère. En ce sens, ces deux plate-formes viennent à la fois étoffer les possibilités d'étendre sa visibilité et -point axial- renforcent encore un peu plus les liens entre les acteurs de la blogosphère musicales qui souhaitent (et aiment) communiquer avec leurs pairs. L'autre constat c'est que l'alternance et l'entremêlement des registres personnels (parfois intimes mais aussi souvent loufoques) et prescriptifs ("ce disque est une merveille !") illustrent le fait que les blogueuses (eurs) balancent sans cesse

entre le monde physique où ils (elles) travaillent, se déplacent, assistent à des événements et le Web. Cette présence continue de la “vraie vie” sur les réseaux sociaux traduit *l'enracinement* des membres du panel dans ce que la plupart appellent (tout en signalant qu'ils y apposent des guillemets) le “vrai monde”. Ainsi, le fait ne pas lier d'amitié numérique sur Facebook avec quelqu'un que l'on n'a jamais rencontré de visu montre que le “monde physique” est une référence constante dans les échanges en ligne. De façon voisine, l'exposition de sa vie dans l'autre monde -et notamment le fait de parler de son métier- rappelle également que les blogueurs et blogzineurs ne sont pas des prescripteurs professionnels, qu'ils parlent de culture pour le plaisir.

Finalement, ces changements continuels d'identités ou tout du moins le fait de passer sans cesse d'ambiances et d'auditoires sur les réseaux sociaux ressemblent étrangement à la façon dont nous adoptons notre comportement en fonction des configurations socio/spatiales où nous nous trouvons dans le monde social d'avant l'Internet⁵⁰. Comme dans le “vrai monde”, les membres du panel s'expriment en fonction de l'audience qu'ils se sont fabriquée et des règles qu'ils décident d'y adopter et/ou qui y règnent. Réciproquement, Facebook, Twitter comme tous les autres espaces d'expression utilisés par les membres du panel leur permettent de dépasser leur identité, de se défaire de ce qui est lourd à porter dans la vraie vie, de se (re) construire de nouveaux habits. Scène de théâtre à la fois ludique (on y blague beaucoup) et grave (on y discute énormément d'éthique et de culture), le Web est aussi un outil de régénération. Une fois encore la différence entre le Web et le “territoire d'avant” (où nous savons aussi passer d'une scène à une autre) n'est pas aussi flagrante qu'on pourrait le croire au premier abord : l'opposition entre le virtuel et le réel, l'idée d'une perte de repères semble -au regard de ce panel- peu crédible et bien abstraite.

Last but not least, pour conclure sur la fonctionnalité des réseaux sociaux et compléter ce qui a déjà été dit sur la construction et la stabilisation d'une audience, Facebook et Twitter semblent bien avoir un effet “boostant” sur l'audience des blogs. Écoutons par exemple Luc évoquer l'impact de Twitter sur la fréquentation de son blog.

Luc : “Les cent cinquante (*visiteurs uniques par jour* FR) c'est nouveau. Avant j'étais plutôt entre quatre-vingt et cent. Même au début 2009, j'étais dans ces eaux-là et Twitter m'amène beaucoup de lecteurs. Sur mon compte Twitter j'ai plus de trois cents personnes qui me suivent, que je connais ni d'Eve ni d'Adam pour la plupart, et ça m'amène du lectorat.

FR : Ca veut dire que vous avez synchronisé sur Twitter vos...

Luc : Je mets des liens. J'ai pas synchronisé c'est moi qui mets un lien.

FR : Vous avez l'intuition que Twitter a fait votre...

Luc : Ah oui très clairement ça m'a amené du lectorat. Bon voilà, effectivement je suis en relation avec des gens qui sont aussi des blogueurs, musicaux ou autres, et après je pense que voilà.... Du coup, ça diffuse un petit peu comme ça. J'ai écrit un article en septembre sur les rééditions des Beatles et je pense que ça m'a amené aussi beaucoup de monde et ça a élargi un petit peu mon audience, ce post spécifique en particulier.”

50 Sur ces continues métamorphoses dans la vie quotidienne : **Erving Goffman** *Les cadres de l'expérience* 1974 (Traduit de l'américain par Issac Joseph avec Michel Dartevelle et Pascale Joseph) Éditions de Minuit Paris 199 1

iv) Le cas Wikio

Le cas de l'agrégateur Wikio va permettre à présent d'affiner encore un peu plus ce que l'on pourrait appeler les "stratégies d'influence" des différents membres du panel.

Ce site se définit comme "un portail d'information qui fouille dans les sites de presse et dans les blogs pour trouver l'actualité qui vous intéresse"⁵¹. Il comprend toute une série de rubriques (musique, cinéma, culture, etc.) au sein desquelles des blogs sont classés et analysés. Autant qu'on puisse en juger, la méthode de classification du site consiste à croiser des recherches effectuées par des personnes et des robots. Les premières font la chasse aux blogs et les inscrivent (visiblement sans leur demander leur avis) dans des rubriques *ad hoc*. En outre, les blogueurs peuvent également s'inscrire directement dans une rubrique ou même en changer s'ils estiment qu'ils n'ont pas été mis à la bonne place. En complément, des robots scrutent le Net et- à partir du nombre de liens pointant vers le site, des occurrences du nom de la plate-forme sur la Toile (*back links*) et d'une mesure de son activité- classent les blogs au sein d'un "top" remis à jour tous les mois⁵². En sus du classement dans une rubrique et d'analyses de ses contenus (voir les graphiques et les courbes dans les figures 18, 19 et 20), chaque blog est inséré dans un classement général des blogs. Or, le classement Wikio des "blogs musique" recoupe partiellement les indices de fréquentation fournis par les membres du panel⁵³.

Le 16 mai 2010, *Dico* (Patrick) est classé 2e, *Ressence* (Franck) 9e, *Playloud* (Poc) 14e, *Santoiniloi* (Isabelle) 15e, un chapitre spécifique de *Dico* consacré à ses archives 38e (encore Patrick !), *Handmade* (Pénélope) est classée 129e. Classée un temps troisième, Nina a demandé à être retirée du top de même que *Scope* (Luc) qui était dans les dix premiers au moment où je l'ai rencontré. En ce qui concerne *Pétula* (Carmen), son changement de plate-forme explique probablement la 18477e place dans le classement général et comme il me l'avait indiqué (avec un agacement manifeste) je trouve *l'Œuf* (Jonas) classé 131e dans la rubrique "culture". Vaines recherches pour trouver *Beachblog*.

Du côté des webzines, si *Babel* (auquel Pénélope collabore) est classé 1er et *Nickelodéon* (Guillaume) à la 109e place, *GéantsVerts* (Rolf) -qui annonce une moyenne de 3000 visiteurs uniques/jour en 2009- est à la 17 323e place du classement général et ne figure ni dans la rubrique culturelle, ni dans la rubrique musique. Si *Indéactu* est bien référencé par l'agrégateur (notamment par le biais de la reproduction d'articles) il ne semble pas non plus figurer dans une rubrique. Enfin et conformément à la définition que Arnaud et Mathias ont donné de leurs sites respectifs, *Pressbutton* et *Classika* ne sont pas vraiment considérés comme des blogs par Wikio puisque le premier est classé 7790e du classement général alors que le second n'est tout simplement pas répertorié. Si ces sites sont classés à la périphérie des classements Wikio ou même ignorés c'est sans doute parce que, tout comme *Beachblog*, *Pressbutton* et *Classika*, ils recourent à des hébergeurs classiques de sites et non pas à des plate-formes type Blogspot, WordPress, Overblog etc. De ce fait, les robots ont sans doute plus de difficultés à les localiser et à accéder à leurs codes sources, voire sont programmés pour ignorer ce type de configuration.

Les blogs d'albums sont presque invisibles sur Wikio : *Pierreàfeu* (Pierre) n'est pas classé dans le top des blogs musique mais 25 175e du classement général et c'est le seul blog d'albums du panel que j'ai trouvé sur Wikio. L'absence de ces plate-formes s'explique

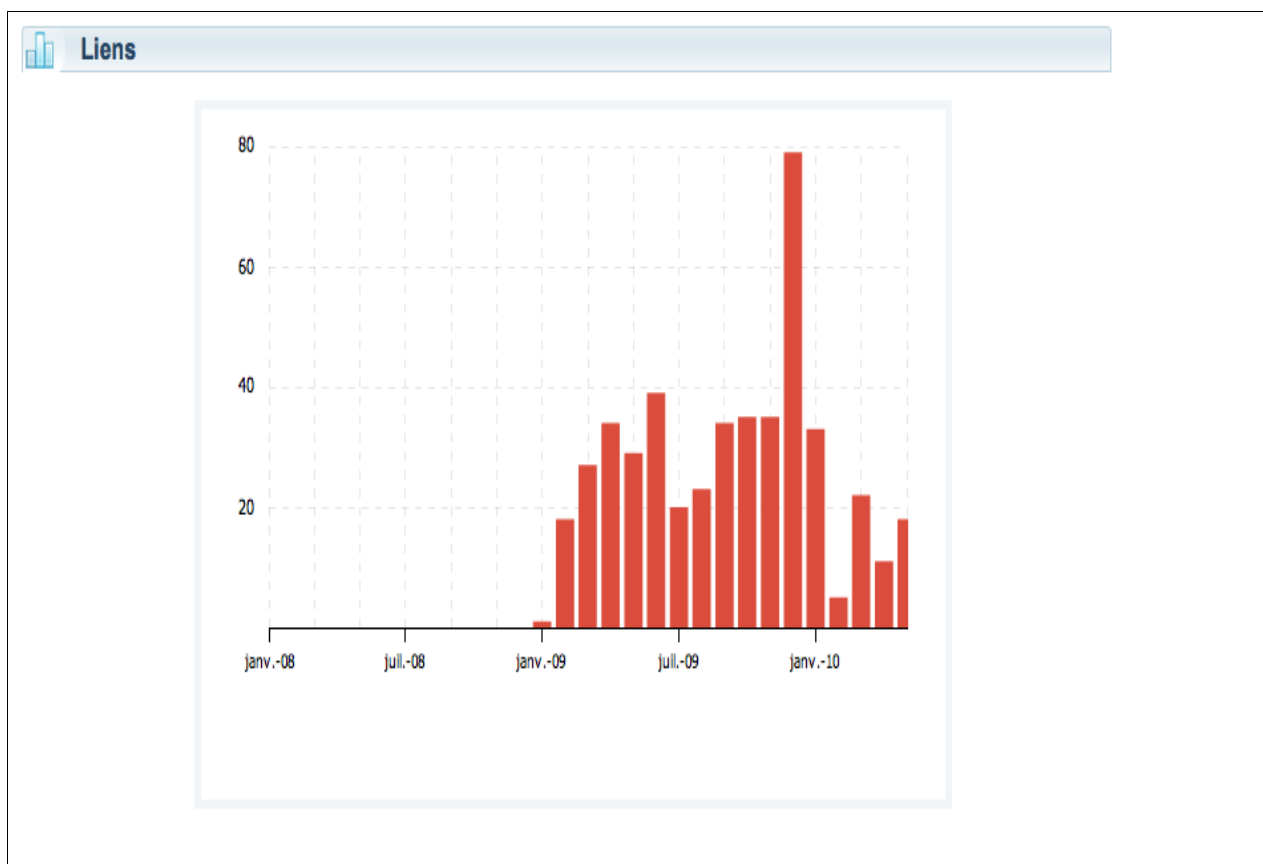
51 <http://blog.wikio.fr/tutoriaux/> (page relevée le 10 juin 2010)

52 La méthode de classement de Wikio est présentée ici (onglet "comment est fait ce classement") : <http://www.wikio.fr/blogs/top/musique#>

53 Les classements indiqués ici étaient datés du 5 mai 2010 sur le site de Wikio.

sans doute moins par l'incapacité des robots à les localiser qu'au fait que leur contenu peut être considéré comme illégal, que leur notoriété est sans doute plus confinée et surtout qu'elles ne s'intéressent pas à l'actualité. Une fois de plus la situation décentrée des blogs d'albums est patente. Dans la mesure où Wikio classe en grande partie les blogs à la façon dont on calcule l'audience des médias (et donc des parts de marché), il n'est pas étonnant que le site repère surtout des plate-formes dont le fonctionnement s'harmonise avec ses critères et qu'il ignore ceux qui échappent à sa logique. L'autre façon de dire cela : pour accéder aux premières places de Wikio il faut -au moins dans une certaine mesure- travailler à satisfaire ses critères qui sont ceux du marketing : définir un profil, prendre la mesure de l'activité et de l'audience d'un acteur en croisant des critères quantitatifs et qualitatifs et établir des classements et des courbes d'évolution.

Figure 21 : graphique représentant l'analyse par Wikio des liens pointant vers le blogzine *l'Œuf de Jonas*⁵⁴



⁵⁴ Capture d'écran effectuée le 16 mai 2010

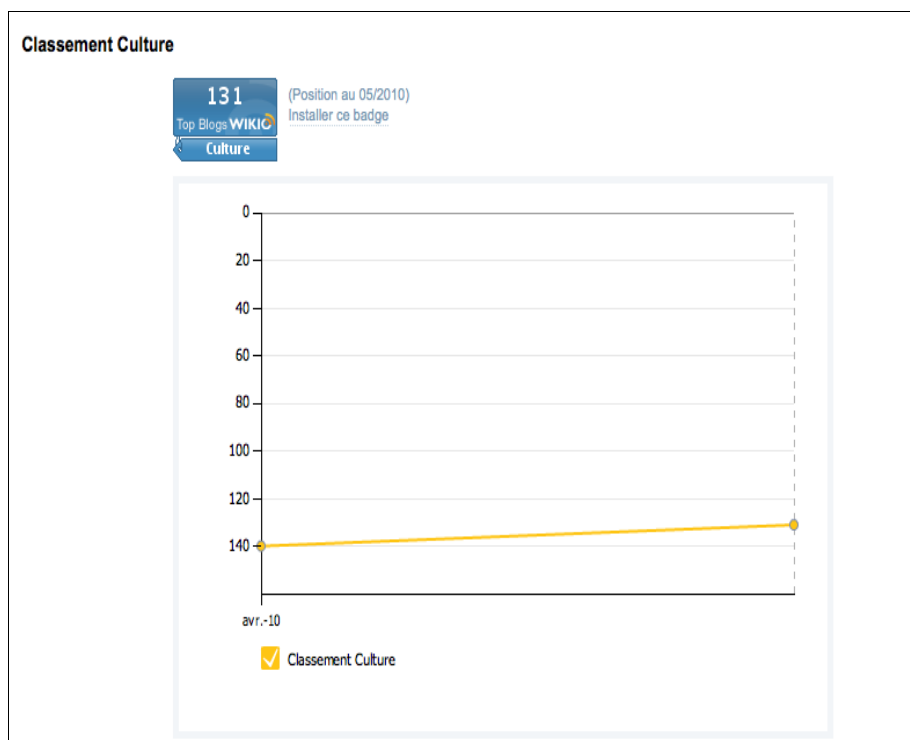


Figure 22 : analyse de la progression de *l'Œuf* dans le top des blogs de la rubrique culture de Wikio⁵⁵

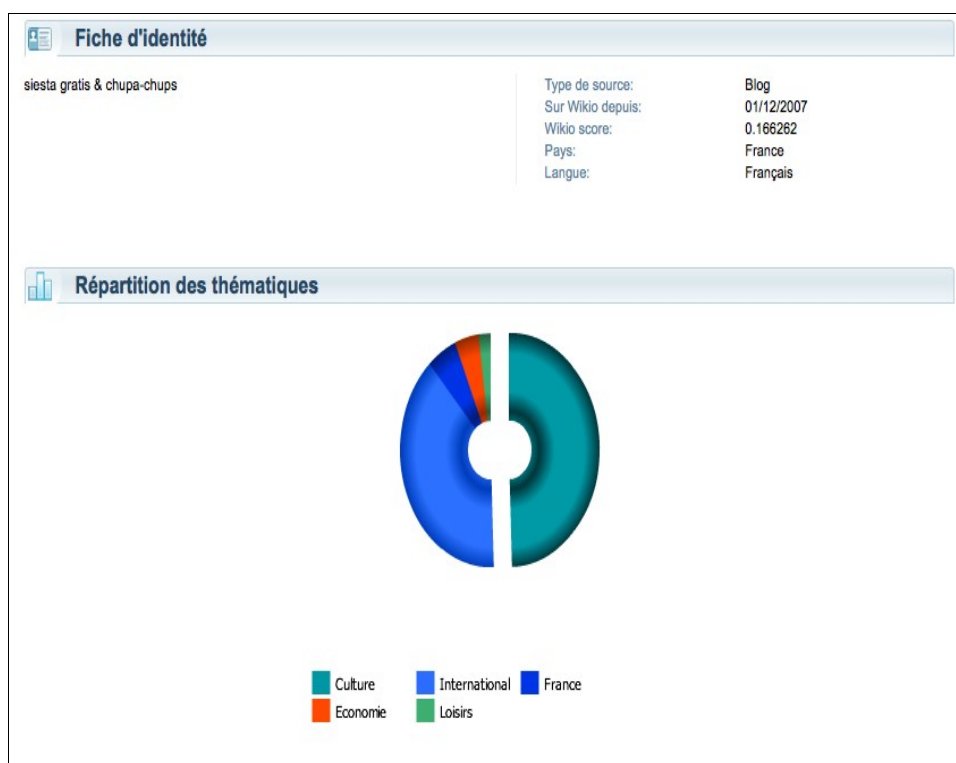


Figure 23 : fiche d'identité du webzine *Nickelodéon* produite par Wikio⁵⁶

⁵⁵ Capture d'écran effectuée le 16 mai 2010

⁵⁶ Capture d'écran effectuée le 16 mai 2010

Précisément, le rapport avec Wikio, le fait d'accepter d'en être ou pas, va nous renseigner sur les différentes façons dont les blogzineuses (eurs) du panel considèrent la question de l'audience. Il y a tout d'abord ceux et celles qui décident de s'inscrire sur l'agrégateur. Écoutons **Isabelle** (*Sanstoiniloi*).

“Patrick (...) m’a dit : “bon maintenant, il faut que tu t’inscrives sur Wikio, que tu fasses ceci, cela, machin” et en fait j’étais totalement guidée mais moi j’en n’ai rien à cirer enfin (rires), clairement. Donc je suis rentrée chez Wikio, je me suis inscrite, il y a trois mois. Ils m’avaient mis dans les divers, j’ai réussi à demander à ce que je sois en musique parce que, en divers, il doit y avoir 50 000 blogs, donc ça n’a aucun intérêt. Et donc en musique je suis rentrée à la place 51 et pour octobre (2009 FR), je suis à la place 31, donc j’ai fait un saut de 20 places. Ça ne veut rien dire pour moi. Ça n’a aucun intérêt, mais visiblement pour les autres ça a de l’intérêt et certaines boîtes qui se spécialisent vraiment dans la presse musicale, enfin dans la promotion musicale mais via les blogueurs via Internet, type *Theïne*, commencent à nous contacter directement en disant : “voilà ça nous intéresse, est-ce que tu voudrais faire ceci, cela” ?”

On remarque tout d'abord que l'inscription d'Isabelle sur Wikio fait suite aux conseils d'un ami blogzineur et que même si elle fait part de sa réticence à s'auto-promouvoir elle établit clairement un lien entre sa progression dans Wikio et le fait d'avoir été démarchée par des agences de communication spécialisées. Plusieurs autres blogzineurs -Luc, Poc, Jonas, Nina, Patrick- confirment cette relation de cause à effet⁵⁷, à savoir que *les professionnels de la communication et du marketing travaillant avec la blogosphère utilisent Wikio comme outil de référence*. Plus généralement, nombre de blogzineurs reconnaissent l'importance de Wikio y compris s'ils s'en méfient. Ainsi, même si Pénélope revendique de travailler moins que ses pairs à sa visibilité et fait part de son peu d'intérêt pour les agences spécialisées dans le marketing en ligne, elle utilise néanmoins le site comme une sorte de label, de cadre de référence.

Pénélope : “C’est moi qui publie le moins je pense dans tout *le petit groupe des blogueurs en tout cas français, disons qui font partie du top Wikio*. Je blogue pas du tout de manière régulière, je respecte pas du tout l’actualité musicale, c’est-à-dire que dès qu’un disque sort je vais pas du tout faire une chronique. La seule chose qui est régulière sur mon blog, c’est l’agenda concerts qui sort tous les mois, parisien parce que sinon on s’en sort pas et assez sélectif aussi. Enfin, qui est juste un choix de mes goûts et de ce que j’aimerais voir moi à Paris et que je suggère aux autres.” (C’est moi qui souligne)

Dans le deuxième groupe, on trouve une série de sites qui s'ils figurent (ou ont figuré) sur Wikio ne s'y sont pas inscrits d'eux-mêmes et s'en défient.

FR : “Vous vous êtes inscrit sur Wikio ? (...)

Jonas (*l'Œuf*) : Je ne suis pas inscrit sur Wikio, ils m'ont inscrit tout seuls et m'ont mis dans une catégorie stupide. De toute façon Wikio est une cochonnerie absurde et mal fichue qui pollue de plus en plus l'ambiance sur les blogs, être dans le Top 10 étant devenu pour certains un enjeu vital.”

La centralité du site est présenté par Jonas comme une pollution qui affecte l'ambiance générale de la blogosphère. Dans un registre voisin, Nina explique pourquoi elle refuse désormais de figurer dans ce classement.

FR : “Vous êtes inscrite sur Wikio ? (...)

57 Dans un même ordre d'idées Rolf (webzine *GéantsVerts*) me signale qu'il a enregistré sa plate-forme sur Wikio de façon à ce que les messages publiés sur son webzine y soient automatiquement recopiés.

Nina : J'étais inscrite, j'ai été troisième du classement musique et je me suis désinscrite il y a cinq ou six mois
FR : (...) Ah ok je comprends mieux. Qu'est-ce qui vous a amené à prendre cette décision ?

Nina : Le classement Wikio est fait à partir du nombre de backlinks, c'est-à-dire du nombre de fois que les autres blogs ont parlé de vous. Je n'aime pas ça, ça pousse à faire du copinage et à "backlinker" rien que pour grimper au classement. (...). Wikio est (*également*) un agrégateur d'articles et j'ai entrepris de contrôler où mes billets se retrouvaient. J'étais également inscrite à Paperblog⁵⁸, je m'y suis désinscrite en même temps que Wikio. J'ai horreur aussi de l'appellation "influente" que Wikio encourage. J'ai appris à relativiser ça mais ça m'embête quand même. Je préfère rester concentrée sur mon cœur de métier si j'ose dire”.

Résumons les motivations de Nina. Premièrement, la blogzineuse refuse de se laisser entraîner dans une dynamique qui la forcerait à placer le plus grand nombre possible de liens sur la Toile pour assurer sa place dans le top des blogs musique de Wikio. Dans un même ordre d'idées, elle refuse d'être désignée par un tiers *externe à la blogosphère* comme une bonne prescriptrice. L'autre critique tient au fait que Wikio ainsi que Paperblog proposent à des blogs de relayer sur leurs sites leurs contenus et ainsi s'approprient du travail produit par d'autres. Le cas Paperblog a fait un certain bruit sur la Toile ces derniers mois. Alors qu'il se présentait comme un relais capable d'augmenter la visibilité et la fréquentation des blogs, Paperblog a été accusé d'utiliser le travail des “blogs auteurs” afin d'augmenter son trafic (les moteurs de recherche ayant tendance à favoriser les plus gros sites) et ainsi de mieux pouvoir monnayer des espaces publicitaires à des annonceurs⁵⁹. De fait, Nina refuse moins de promouvoir son blog en général que de se plier aux méthodes employées par Wikio et Paperblog.

Si l'on essaie de tirer une leçon générale de la relation des blogzines à Wikio, on s'aperçoit non pas d'une fracture, le mot serait inapproprié et disproportionné, mais sans nul doute de deux façons relativement distinctes de se positionner vis-vis de la notoriété sur la Toile et du monde professionnel de la musique (labels, agences, producteurs de spectacles etc.). On pourrait appeler la première portion de blogzineurs “entreprenante” ou “réseautante” et la deuxième “alternative”, aucune des deux n'étant plus “opportuniste” ou “radicale” que l'autre mais chacune développant une éthique spécifique de la reconnaissance:

- Les entrepreneurs n'hésitent pas à s'inscrire sur Wikio et plus généralement sur des sites de référencement, à collaborer avec des agences (à la condition que leurs propositions les intéressent) et à utiliser leur état civil ; ils (elles) travaillent ouvertement (mais sans arrogance) à amplifier la visibilité de leur plate-forme voire la visibilité de la partie de blogosphère à laquelle ils (elles) contribuent.
- Les alternatifs se méfient des outils de validation de type Wikio et préfèrent une reconnaissance venant des pairs et des visiteurs. D'une façon générale ils sont réticents envers les professionnels qui souhaitent influencer leur contenu éditorial et -point cardinal- utilisent un pseudonyme. Ils sont divisés sur l'opportunité de participer à des projets visant à promouvoir la blogosphère.

58 <http://www.paperblog.fr/>

59 J'ai moi-même été sollicité pour inscrire mon blog sociologique sur Paperblog. Deux exemples de récriminations à l'endroit de ce site : <http://letourduweb.fr/2009/04/16/comment-paperblog-penalise-les-blogueurs/>
<http://www.techredible.fr/paperblog-ou-comment-pomper-votre-contenu/>

Intermède : du côté des agences

a) De la conversion

À plusieurs reprises, il a été question d'agences dédiées spécifiquement aux blogs et en particulier de deux d'entre elles, régulièrement citées par les membres du panel : les agences *Concept* et *Théïne* dont les bureaux se situent respectivement dans les douzième et deuxième arrondissements de la capitale. Nous allons donc nous rapprocher des co-créateurs de ces structures -respectivement trois et deux personnes- dont le tableau ci-dessous (déjà présenté dans la présentation du panel) rappelle qu'elles ont été créées assez récemment et que les gens qui les animent ont moins de quarante ans pour *Théïne* et autour de trente ans pour *Concept*.

Structure	Prénom	Age	Intitulé de l'activité	Création en
Concept	Vanessa	30	Communication/marketing sur le Web	2008
Concept	Sabine	29	"	
Concept	Suzanne	28	"	
Théïne	Christophe	32	Web Marketing	2007
Théïne	Valérie	36	"	

Première interrogation : qu'est-ce qui a amené ces personnes à créer leurs structures et à les orienter vers le Web et les blogs ? Valérie nous raconte les différents

facteurs qui l'ont amené à quitter La Poste pour fonder une agence puis proposer à Christophe (qu'elle avait côtoyé dans la même entreprise) de s'associer avec elle.

Valérie (coresponsable agence *Théïne*) : "Donc la façon concrète, c'est que moi tout simplement je connaissais pas mal de gens. J'étais restée à La Poste, Christophe était parti, je connaissais pas mal de gens dans la musique et en fait, euh, comme tout le monde savait que je venais d'Internet et que ça faisait longtemps que je travaillais sur Internet, on me demandait pas mal de conseils. Et puis moi, j'avais envie de partir de La Poste pour faire quelque chose qui me correspondait plus (...) et à un moment je me suis dit : "pourquoi je ne fais pas payer ces conseils, apparemment y'a un besoin."

FR : Qu'est-ce que vous appelez "on" ?

Valérie : Des gens dans des maisons de disques, dans des labels, des directeurs marketing euh, des chefs de projets, des gens dans des boîtes de prod.

FR : Comment ces connexions s'étaient faites ?

Valérie : C'étaient des connexions personnelles en fait. Mon mari travaillait dans la musique avant, donc je connaissais pas mal de monde dans la musique, voilà j'avais des demandes de conseils assez fréquentes sur des lancements d'artistes, d'albums, comment faire sur Internet et comme j'avais envie de faire autre choses, ben, je me suis dit : "voilà, apparemment l'industrie musicale est mûre maintenant pour faire des choses" parce qu'auparavant dans mon ancienne vie j'avais déjà travaillé dans l'industrie de la musique, c'était il y a dix ans, et ils n'étaient pas prêts du tout, ils ne savaient pas quoi faire."

Un peu à la façon de Rolf (qui est responsable de contenu Internet pour un groupe de presse) Valérie a connu la "bulle Internet" de 1999-2000.

Valérie : " (...) J'étais dans un portail en fait, un portail Internet, c'était toute l'époque 99-2000, l'époque d'Internet, le grand boum etc. (...). Donc j'avais monté des partenariats avec des maisons de disques, ils n'étaient pas vraiment prêts et puis Internet n'était pas prêt non plus. Donc voilà, et Internet a évolué beaucoup plus vite que n'a évolué la musique, donc c'était déjà un milieu que je connaissais en fait. Et puis du coup je me suis dit : "ben, je vais monter une agence". (...) Quand je suis rentrée dans le concret c'est-à-dire quand j'ai rencontré les gens et que j'ai commencé à avoir des projets et mieux appréhender

la façon dont l'industrie musicale voyait Internet et leurs besoins, (...) je me suis dit qu'il y avait plus à faire qu'à juste être toute seule. (...) Moi j'ai un certain nombre de compétences plutôt communication, marketing etc. et je connais un peu la technique mais je ne suis pas non plus hyper dedans et tout ce qui est marketing plutôt produit et plutôt geek moi je suis pas trop comme ça. Donc, assez vite je me suis rendu compte qu'il y avait un besoin en fait pour moi, d'avoir quelqu'un d'autre pour travailler. Et donc c'est comme ça que j'ai proposé à Christophe de me rejoindre assez vite, ça faisait un mois à peu près."

Christophe esquisse à son tour son parcours professionnel et ses compétences.

Christophe : "Moi j'ai commencé alors ça va faire bientôt dix ans que je travaille, j'ai commencé dans le logiciel. J'ai commencé chez Microsoft pour être précis, sur de la conception et du lancement de produits et puis après j'ai un petit peu alterné entre des portails Web, pour ne pas les nommer laposte.net où j'ai rencontré Valérie, et 01.net⁶⁰ qui est un portail beaucoup plus logiciel aussi techno etc. (le *terme techno signifie ici technologie et non pas musique techno* FR) loin, loin des univers culture et musique. Et j'ai fait un passage aussi chez un autre éditeur logiciel (...)."

En somme, chaque associé-e possède un domaine de compétence spécifique et même une façon particulière de gérer des dossiers.

Christophe : "Tu vois, si on prend les bases intellectuelles de notre façon de bosser, moi je sais travailler avec des gros projets complexes mais plutôt "mono projet" quand Valérie sait travailler une multitude de petits projets avec plein de micro-tâches et de pas se perdre ensuite d'un projet à l'autre alors que moi je suis plus mono-tâche. Déjà dans l'approche, dans la façon de travailler, ça nous aide aussi d'avoir compris ça et de le mettre en application comme ça."

Dès les débuts de l'entretien Christophe a défini *Théïne* comme une agence de *Web marketing* c'est-à-dire une agence qui travaille aussi bien à sensibiliser des "faiseurs d'opinion" (journalistes, portails généralistes, blogueurs) qu'à imaginer des dispositifs de promotion (créations de sites, campagnes sur le Web etc.) et toutes sortes d'événements (en ou/et hors ligne). Comme l'explique Valérie, les premiers travaux de l'agence ont d'abord consisté à décalquer sur le Web le travail de promotion auquel se livrent les attaché-es de presse avec la presse papier et les médias audiovisuels. Exactement à la façon dont Carmen (qui fondait une agence dédiée au Web au moment de l'enquête et se plaignait de l'aveuglement de la directrice de l'agence où elle travaillait), Valérie évoque (ce qu'elle considère comme) le conservatisme voire parfois l'ignorance de ses premiers clients. Il lui a donc fallu emmener les clients sur le Web afin qu'ils prennent la mesure de ce nouveau monde puis les convaincre de la nécessité de forger des campagnes adaptées.

Valérie : "Moi mon idée à moi, c'était qu'eux (*ses clients* FR) ils commençaient sur Internet donc il fallait leur donner exactement ce qu'ils attendaient, tout en leur montrant la possibilité de faire des choses supplémentaires. Mais ils n'étaient pas prêts à aller plus loin que ça, donc dès le départ je leur ai donné ce qu'ils voulaient, qui était simplement un boulot d'attachée de presse, c'était ça leurs besoins immédiats et, de toute façon, ils n'avaient pas de comparatifs, ils connaissaient tous les autres médias et ils ne connaissaient pas Internet. (...) Ils avaient envie d'être présents et qu'on parle de leurs artistes sur le Web, c'était ça leurs besoins immédiats.
(...)"

FR : Modèle presse ?

Valérie : Oui, exactement, sur Internet. (...)

60 <http://www.01net.com/>

FR : Avant qu'ils soient prêts. C'étaient quoi vos cibles alors ?

Valérie : En termes de médias sur Internet ?

FR : Oui.

Valérie : (...) Tous les grands acteurs du Web, donc euh, les *Yahoo*, les *Lycos* feu *Lycos* et puis après j'ai cherché les webzines, les portails, les sites spécialisés du style *Charts in France*⁶¹ (*un portail dédié à la musique FR*) etc. *Fluctuat*⁶² (*un site culturel généraliste*) et puis les sites issus des médias, donc, *Télérama* voilà, bon il y a plusieurs catégories."

Et Christophe de mentionner que durant cette période de mise en route de l'agence, ni les blogs, ni les technologies actuelles d'écoute (par exemple les sites de streaming) n'étaient vraiment considérés comme essentiels par leurs premiers clients.

Christophe : "A l'époque, on n'évoquait pas les blogs, on n'évoquait pas les plate-formes comme *Deezer*, *Jiwa* (autre site de streaming).

FR : Donc cette époque c'était 2007 ?

Christophe : Premier semestre 2007 voire même jusqu'à fin 2007 je crois que l'on n'avait pas évoqué un vrai travail avec des blogueurs.

Valérie : (...) On en parlait moins, il y en avait moins, c'était pas construit donc voilà c'était pas, on n'en parlait pas du tout."

À partir des premiers liens tissés avec notamment des maisons de disques, Valérie s'est employée à montrer aux responsables marketing et chefs de produits où étaient les sites qui comptaient véritablement sur la Toile.

Valérie : " (...) Au début, on imprimait les revues Web (*à la façon dont on imprime des revues de presse pour des clients FR*), parce que pour eux il fallait que ce soit concret donc *c'était vraiment de l'évangélisation*, c'est-à-dire qu'ils apprenaient en même temps que, nous, on leur expliquait les choses. (...). Donc très vite on leur a dit : "ce qui est important c'est *l'audience*" voilà. (...) Mais ils n'en avaient aucune idée ! À peu près pendant un an on s'est battus, ils nous disaient : "oui va sur le site B c'est super bien tu verras" mais on disait : "non on va pas sur le site B parce que sur le site A il y a beaucoup plus d'audience, voilà ce qui est important, voilà comment ça marche l'audience", etc. etc." (C'est moi qui souligne)

Il a donc fallu éduquer les maisons de disques.

FR : "Donc si je comprends bien (...) votre rôle en grande partie consistait à éduquer les clients c'est ça ?

Valérie : Ouais, ouais.

Christophe : Oui énormément, d'ailleurs on a commencé à faire des formations chez nos clients sur les bases de ces choses-là.

FR : Comment vous expliquez ce décalage-là ? Vous l'expliquez parce que précisément vous travailliez avec des gens qui étaient du côté du marketing et qui n'avaient pas de culture électronique ou ?

Valérie : (...) Quel que soit le milieu, souvent on reste entre soi en fait. Donc, on observe souvent que (...), et surtout dans le milieu culturel, quand on fait de la musique et bien on reste entre gens qui font de la

61 <http://www.chartsinfrance.net/>

62 <http://www.fluctuat.net/>

musique et quand il y a quelqu'un qui s'en va quelque part, ben, on prend quelqu'un d'autre qui vient d'ailleurs et ainsi de suite, voilà. (...). Internet a fait peur longtemps et continue, je pense, à faire peur aux maisons de disques parce qu'ils ne savent pas. C'est un objet un peu informe, on ne sait pas par où le prendre. Y'a beaucoup de choses qui fluctuent, ça change tout le temps. On fait un truc et du jour au lendemain ça peut devenir obsolète, c'est des choses qui arrivent (...) Donc, pour se rassurer ils essaient de calquer des méthodes qu'ils connaissent, qu'ils maîtrisent et de les appliquer au Web."

Pour Valérie et Christophe, la non compréhension par l'industrie musicale de l'Internet (et notamment des endroits qu'il faut démarcher) tient à la trop grande consistance, à la solidité même de l'industrie musicale. En produisant ce que l'on pourrait appeler des territoires de compétences, toute culture professionnelle a tendance à mettre à distance d'autres cultures, d'autre espaces de savoir, d'autres modes de perception. Si d'aventure un nouveau monde surgit, qu'il s'agisse du hip hop, de la techno ou même de l'Internet, l'industrie musicale peine à les percevoir. Puis, lorsqu'elle comprend qu'elle est à la traîne, elle cherche alors des éclaireurs pour l'aider à (s')investir dans ce nouvel univers qu'elle n'a pas vu venir. Ce processus consistant à recourir à des agents extérieurs -par exemple des directeurs artistiques free-lance pour débusquer et produire des nouveaux artistes- est bien sûr l'une des manifestations de l'externalisation des tâches par les grandes firmes. Mais, on aurait tort d'y voir uniquement la volonté de réaliser des économies d'échelle. Si les majors recourent régulièrement à des prestataires extérieurs c'est qu'elles ne savent pas détecter les nouveaux espaces et encore moins les générer. Autre façon de dire cela : les procédures de veille de l'industrie musicale -dont on a vu à plusieurs reprises l'importance- sont très largement et même structurellement déficientes⁶³. En d'autres termes, l'inertie et la désorientation des majors et de la plupart des acteurs de l'industrie musicale ont laissé un espace vacant que des intermédiaires comme *Théïne* qui pratiquaient simultanément le Web, le marketing et l'industrie musicale ont su occuper. Ce faisant, et sans jouer sur les mots, l'agence de marketing Web *ré-agence* la perception de ses clients, elle leur montre les routes à emprunter dans ce nouveau territoire. Pour continuer avec la métaphore des routes, on peut dire que l'agence de marketing Web agit comme un agent de circulation qui non seulement indique aux véhicules/majors où sont les axes importants mais travaille aussi à fluidifier le trafic et à inventer des signalétiques à destination des internautes, une procédure qui passe notamment par le fait de défaire les routines que le marketing musical hors ligne a lui-même produit.

Comme l'agence est persuadée que les blogs musicaux sont des carrefours décisifs de ce nouveau monde, l'une des déclinaisons de l'évangélisation (l'expression est de Valérie) des clients va consister à les convaincre que la parole de ces blogs porte loin.

Christophe : "(...) Sur Internet, la clef (...), quand on a besoin d'exposer un message ou un produit (...) *c'est qu'il faut aller chercher l'audience là où elle se trouve* et pas attendre que (...), parce qu'on s'appelle Universal ou YouTube ou n'importe qui, je crée un site et spontanément les gens viennent, ça ne marche pas comme ça. Donc, créer des sites d'artistes, des MySpace, des sites de labels qui marchent avec des dispositifs viraux super bien pensés c'est très sympa, mais, en amont, *si on ne va pas chercher encore une fois les internautes là où ils trafiquent déjà, euh, on n'aura personne*. Donc les sites artistes, les MySpace ça a sa réelle utilité, c'est la base de tout le contenu autour de l'univers de l'artiste, certes, mais *la plus grosse partie de notre boulot c'est d'aller exposer ça ou autre chose sur les carrefours d'audience*". (C'est moi qui souligne)

63 Un hiatus que les travaux de Simon Frith n'ont cessé de mettre en évidence depuis près de trente ans. Sur la délégation par les majors à des tiers chargés de trouver les nouveaux talents voir aussi **Antoine Hennion** *Les professionnels du disque, une sociologie des variétés* Éditions Métailié Paris 1981

Or justement, pour Christophe et Valérie, les blogs -ou plus exactement certains blogs et blogueurs- sont des carrefours essentiels. À partir de là, la question qui se pose concerne la façon dont *Théine* choisit les “bons blogs”. Comme ils vont nous l'expliquer, Valérie et Christophe mobilisent différentes méthodes et les croisent.

Premièrement, leur propre immersion dans le Web et leur intérêt pour la musique leur permet de découvrir ceux qui, bientôt, compteront.

Valérie : “En fait l'avantage c'est que comme nous on est dans le Web depuis longtemps on connaît quand même pas mal de monde et depuis longtemps donc on continue à rencontrer des gens, on continue à être curieux, à surfer tous les jours, à découvrir de nouveaux sites tous les jours.”

La veille -procédure que l'on a détaillé ici à plusieurs reprises- est donc là encore décisive.

Deuxièmement, l'agence ne regarde pas seulement la fréquentation des sites mais aussi leur aura auprès des professionnels et des autres blogs. *Théine* a en effet compris que certaines plate-formes étaient de véritables agents d'influence.

Christophe : “ (...) On s'est aperçu que certains blogs, on peut citer K., on peut citer *Babel*, on peut citer *Doc* maintenant, et d'autres, sont lus par tout ou partie de la presse musicale Web c'est certain, et une partie aussi, certains journalistes en tout cas *Babel* c'est certain, certains journalistes euh musicaux...

Valérie : (...) presse, radio, ou télé (...).”

Christophe nous donne un exemple de la façon dont un blog influent rayonne. On remarquera au passage que le processus viral débute par une captation qui, par la suite, génère des textes.

Christophe : “ (...) On a affiné notre expertise aussi avec la temps, parce qu'on ne savait pas trop au démarrage, on s'est aperçus que quand on avait une jolie captation (...) avec un de nos artistes et bien, on avait d'entrée des news qui fleurissaient sur certains blogs ou certains webzines à côté, qui disaient : “tiens, il faut surveiller cet artiste là, j'ai vu la session sur K. j'ai trouvé ça bien”.

Troisièmement, il existe des outils qui permettent de compléter les observations menées par Valérie, Christophe et leur équipe (trois autres personnes) sur le Net.

Valérie : (...) “Il y a tous les outils, Nielsen⁶⁴ (*une entreprise spécialisée dans l'analyse des marchés* FR) (...), Wikio (...). Enfin c'est pas de l'audience mais ça permet de...

Christophe : Wikio c'est de l'influence. Wikio ils ont dû vous le citer j'imagine, certains d'entre eux.

FR : Oui, oui. Les gens me citent leur place.

Christophe : En fait Wikio s'est mouillé et a fait le premier classement des blogs, hyper décrié, mais en tout cas en attendant que quelqu'un d'autre le remplace avec d'autres métriques ça reste la référence et Wikio a créé un phénomène de sur-sollicitation de son top 10 ou de son top 20, donc dans chaque catégorie, musique, cinéma, gastronomie, n'importe laquelle, les blogueurs qui se retrouvent en top 10 sont sur ce site.

FR : Donc ça c'est quelque chose que vous consultez tout le temps ?

Christophe : Oui

Valérie : oui (...).”

64 <http://fr.nielsen.com/company/index.shtml>

Fort de ces trois paramètres (Wikio, cartographie des blogs influents et veille quotidienne), *Théine* attire l'attention de ses clients sur l'audience/influence des blogs avec qui elle travaille.

FR : “Est-ce que vos clients vous posent des questions là-dessus (à propos de Wikio et plus généralement de la mesure d'audience des plate-formes FR) ?

Christophe : Non.

Valérie : En fait, c'est plutôt nous qui allons au devant du client et chaque fois dès le départ, on a dit : "non mais là c'est important, voilà il fait tant d'audience", on a expliqué ce qu'était l'audience, souvent on leur a expliqué ce qu'était visites et visiteurs uniques etc. etc. Nous, dès le départ, on a eu cette démarche parce que j'ai envie de dire, c'est inscrit dans nos gènes, mais enfin pour nous c'était normal et c'était l'habitude. (...)

Christophe : (...) Moi au début j'ai vendu de la pub sur Internet donc on parlait audience, nombres de pages vues, on parlait pages avec publicité, on parlait capping (*technique visant à ne pas surexposer les internautes à des messages publicitaires afin d'éviter un effet de saturation*) on parlait avec plein de mots anglais et donc en arrivant sur des logiques RP, relation presse, d'entrée on a réintégré ça. (...).”

D'une façon générale, après un premier travail de conception et de repérages, le travail de *Théine* consiste à phaser une campagne. Il va s'agir d'irriguer le Web pour qu'au moment où les professionnels s'intéressent à un contenu, *il le trouvent en ligne et, intrigués, cherchent à en savoir plus.*

Valérie : “ (...) En général les clients viennent nous voir et nous disent : "ben voilà on voudrait être sur le Web, qu'est ce qu'on peut faire ?". Nous en brain storming on réfléchit, on se dit : "qu'est ce qu'on pourrait faire" etc. On monte une stratégie avec un planning, avec des moments clefs de choses à livrer à un instant T et après on voit la presse (*au sens de voir quoi faire avec la presse ou les personnes travaillant pour la presse pour le même client* FR) soit avec le commanditaire, soit séparément et puis on se coordonne, on dit : "nous on va faire ça à tel moment, ça à tel moment, ce qui serait bien c'est que la presse ça commence que à partir de ce moment là, parce que tout ce qu'on va faire avant le travail d'influence va te servir". Parce que après, n'importe quel journaliste presse, quand on dit presse hein c'est, on compte aussi radio et télé bien sûr, *n'importe quel journaliste reçoit quelque chose et la première chose qu'il fait, il fait Google quoi.* Donc, si nous on a travaillé en amont en faisant tomber des choses qui sont récentes, forcément le journaliste va être plus intéressé, il va dire : "ah ben tiens, on en a déjà parlé" et ça va à contrario d'un produit qu'il aura reçu ou d'une autre information qu'il va recevoir (...)” (C'est moi qui souligne)

Dans ce contexte, les blogs sont aussi bien considérés comme des journalistes à qui l'on propose de parler d'un produit que comme des *supports* à partir desquels des informations vont se disséminer sur la Toile. Cette façon de faire consiste à décliner les choses dans une temporalité, chaque étape devant amplifier ce que l'on souhaite faire circuler. Rappelons nous ce que disait plus haut Christophe au sujet d'un blog influent.

Christophe : “On s'est aperçu que quand on avait une jolie captation, une jolie session artistique sur K. (*un blogzine qui consacre beaucoup de ses colonnes à l'actualité des concerts et que de nombreux acteurs ont évoqué pendant cette enquête* FR) par exemple avec un de nos artistes et bien, on avait d'entrée des news qui fleurissaient sur certains blogs ou certains webzines à côté, qui disaient : “tiens, il faut surveiller cet artiste là, j'ai vu la session sur K. j'ai trouvé ça bien”. ”

À partir de ce premier point d'impact, l'agence va refaire circuler l'information dans d'autres

circuits en visant cette fois-ci au-delà des seuls professionnels et blogueurs.

Christophe : “*Et derrière on élargit en face d’eux certains sites un peu moyens ou intermédiaires sur d’autres blogs. On s’est aperçu que ça marchait beaucoup mieux, on avait un accueil instantané qui était plutôt positif parce qu’on sait que K. est lu par ces gens là, par des blogueurs oui et par cercles concentriques. Donc la case influence sur notre micro-milieu qui est la presse musicale parisienne, ça fait quand même sens. Commencer par de l’influence pour finir par de l’audience (...).*” (C’est moi qui souligne)

Dans un même ordre d’idées (mais à rebours de la progression par petits pas qui vient d’être détaillée), l’agence peut également être amenée à favoriser la dissémination rapide d’un produit. C’est ainsi que plutôt que de proposer à des blogzineurs du streaming pour écouter un nouveau disque, *Théïne* peut choisir de distribuer des liens à télécharger, en escomptant justement que ceux-ci voyageront vite et loin. Une technique qui part de l’idée que, dans l’univers numérique, les détenteurs d’informations ont souvent tendance à les faire circuler à grande vitesse.

Christophe : “Pas de mp3 en téléchargement. Je l’ai fait dans des cas très particuliers sur de l’électro par exemple. Quand on a une sortie d’un EP (*un disque de quelques titres* FR) donc un 4 titres ou un 5 titres, qui de toute façon est déjà sorti qui va servir de promo sur les autres audio blogs électro, (...) là je fais un zip avec les cinq mp3 la cover etc. et j’envoie ça. *On le sait, les mp3 vont être diffusés c’est le but.* Dans l’électro c’est ça.” (C’est moi qui souligne)

En définitive, pour *Théïne*, le Web est donc un espace boomerang où le marketer tente de repérer *et* de générer des effets de feedback. Pour le dire autrement, *Théïne* est une sorte d’interface active (au sens où elle conjugue repérage de l’existant et campagnes de promotion) qui tente de mobiliser les outils d’orientation déjà présents sur le réseau -moteur de recherche, réseaux sociaux, blogs- au profit de ses clients.

La discussion progressant, nous en venons à discuter de la blogosphère musicale en tant que telle. Valérie et Christophe remarquent en premier lieu que nombre de blogueurs (euses) -et notamment ceux et celles qui figurent dans le haut du classement de Wikio- se connaissent et se rencontrent. Constat également effectué à de nombreuses reprises durant l’enquête.

Christophe : “Ils sont potes par grappes, ils sont amis, ils se connaissent, ils font des soirées mais par grappes”

Puis, Valérie et Christophe précisent comment ils dialoguent avec les blogs. Consciente de la dimension fondamentalement amateur(e) du blogging, *Théïne* s’attache à proposer des collaborations en rapport avec les goûts et les intérêts particuliers de chaque plate-forme. Autrement dit, *Théïne* n’aime pas bourrer les boîtes à lettres des blogzineurs (euses) de prospectus sur tout et n’importe quoi.

FR : “Quels types de rapports vous avez avec eux ? Dans les discussions que j’ai avec les gens ils sont assez réticents au fait d’intégrer des communiqués de presse enfin de prendre du matériel tout prêt quoi, (...) Comment vous travaillez avec eux ?

Valérie : Nous on leur donne pas du matériel pour qu’ils le reprennent, on leur donne du matériel pour les intéresser et leur proposer d’aller plus loin.

FR : Qu’est ce que vous leur fournissez ? Bon de la musique.

Valérie : Oui bien sûr de la musique.

FR : Par ailleurs ?

Valérie : Des petites infos genre des bios, des photos, du texte, etc. et puis après avec les blogueurs on a aussi une démarche où *nous on part du principe que les blogueurs sont pas professionnels même s'ils tendent à l'être* et que voilà on peut pas... C'est pas tout à fait le même rapport. Nous, on pense que les blogueurs il faut les connaître. On les connaît tous, ceux avec qui on travaille on les rencontre. On sait ce qu'ils aiment, donc on leur envoie généralement que des trucs qui sont susceptibles de leur plaire et puis après on leur propose des choses un petit peu spéciales, *parce que ce qui est intéressant avec les blogueurs, et c'est ce qu'on fait, c'est de travailler vraiment l'influence, donc bien en amont de toute la communication* et c'est de leur proposer des petites op(érations), donc soit des sessions, soit des rencontres avec l'artiste vraiment, dans un lieu un peu spécial, autour d'un projet...(...) On a travaillé sur l'exposition Miles Davis à la Cité de la Musique. Ce qu'on a proposé pour travailler avec les blogueurs ; ils sont venus visiter l'exposition en montage, donc work in progress en fait avec le commissaire d'exposition, donc quelque chose d'assez événementiel et puis quelque chose d'assez extraordinaire et très Web 2.0 en fait. Donc là, on s'est servi de quelque chose de différent pour leur faire parler de l'exposition. On aurait très bien pu les inviter juste au vernissage, leur dire; "venez au vernissage et on s'en parlera" mais là...." (C'est moi qui souligne)

La proximité facilite les rencontres formelles et informelles, d'autant que la plupart des blogueurs qui intéressent *Théïne* résident à Paris.

Valérie : "(...) Ouais, il faut pas se cacher non plus que la plupart des blogueurs vivent à Paris, mais il y en a qui vivent à Marseille, on en connaît qui vivent à Lyon, qui sont à Lille donc quand on a des concerts ou des rencontres avec des artistes, par exemple s'il y a une tournée qui est possible, bien sûr on organise des choses en province. Mais bon, il ne faut pas se cacher que la plupart des artistes vivent surtout à Paris et puis que la plupart des blogueurs sont aussi à Paris. Surtout dans la musique en fait (...)

Christophe : Et ce qui nous arrive aussi, juste pour compléter dans l'approche marketing, c'est que parfois on va créer des événements, on va créer de toutes pièces des événements dans le physique. Ça va être un showcase, ça va être des apéros pour aller... Bon, ça prend diverses formes (...)

Valérie : Et (...) c'est pas parce qu'on fait que du Web que tout ce qu'on fait, ça se fait derrière un ordinateur.... (...) Très souvent on rencontre les blogueurs. On monte des petites opés pour créer une émulation. On n'invite pas non plus toujours tous les mêmes blogueurs et c'est très chirurgical parce que quand on dit... Ben, par exemple je suis capable de dire ce que Patrick sur *Doc* il aime. Je sais de quoi il a parlé, je connais son ton. Si quelqu'un me dit : "ben tiens, j'ai vu un truc"... On fonctionne beaucoup par association d'idées, de choses où on se dit : "ben tiens, là il y a ça, ben, ça me fait penser à un lieu, donc du coup on pourrait faire un truc avec le lieu donc ça pourrait profiter, du coup je pourrais inviter telle personne, telle personne". Sur Miles Davis par exemple, donc on a fait l'opération avant et on n'a pas invité que des gens qui étaient dans le jazz par exemple, on aurait pu se dire qu'on invite que les blogueurs Jazz au vernissage, non (...) on a aussi invité des blogueurs qui ne connaissaient pas, des blogueurs qui n'aimaient pas, des blogueurs qui viennent pas de la musique. Voilà, le but c'est de vraiment réfléchir à chaque fois parce que c'est aussi ce que l'on aime (...)"

Comme on l'aura compris, *Théïne* contribue à sa manière à "territorialiser" la blogosphère c'est-à-dire à l'associer avec des (et à lui faire parler d') événements se déroulant hors ligne. De plus, *Théïne* agit également comme un fédérateur, elle réunit les blogs, les amène (tout du moins ceux et celles qui y consentent) à se rencontrer "en vrai". Enfin, comme l'exemple de l'exposition à la Cité de la Musique le montre, convaincues par les méthodes et la connaissance de *Théïne* et par le poids croissant des blogs musiques, les institutions publiques parisiennes⁶⁵ sollicitent *Théïne* afin que -par l'effet boomerang décrit plus haut- le

⁶⁵ Lors de l'entretien Valérie et Christophe ont cité d'autres clients institutionnels comme par exemple l'Ensemble Inter Contemporain, un orchestre de musique contemporaine fondé par Pierre Boulez et également basé à Paris

Web et les agences spécialisées les aident à remplir leur salles d'expositions et de concerts et à intriguer les journalistes. *Last but not least*, *Théïne* contribué à “wébiser” le marketing musical non seulement en développant des techniques spécifiques de dissémination mais aussi parce qu'elle attire l'attention des professionnels sur la force et l'influence d'une blogosphère musicale animée par des amateurs.



**Figure 24 : un passage
situé aux abords des
bureaux de l'agence
Théïne, dans le deuxième
arrondissement de Paris**

b) La deuxième génération

Comme Christophe et Valérie, Vanessa et Sabine ont accumulé divers expériences professionnelles dans le monde de la communication, notamment sur le Web, et travaillé ensemble dans la même agence de promotion. Convaincues de l'intérêt de développer un travail adapté au Web, elles ont créé une agence en 2008, soit environ un an après leurs aînés de *Théïne*.

FR : “Vous pourriez me dire comment cette structure a été fondée ?

Vanessa : Cette structure, elle a été fondée maintenant il y a un an. (...) En fait, on était déjà, Sabine et moi, ensemble au sein d’une autre agence qui n’était pas la nôtre où on était un peu frustrées par rapport à pas mal de choses, où on n’avait pas la mainmise sur les projets. On voulait aller plus loin, on avait une expertise du Web, hein, on était spécialisées sur le Web déjà. (...) Et puis, comme la boîte fermait, enfin

était en déclin, du coup on s'est décidées à monter une agence très naturellement en fait, sans trop de difficultés parce que c'était tellement en nous et on avait tellement pris de responsabilités au sein de (*l'entreprise où on travaillait toutes les deux*) que ça a été très naturel et que ça a été la continuité de ce qu'on voulait développer sans avoir d'encadrement particulier."

Rapidement, les deux fondatrices sont rejointes par Suzanne.

Sabine : "Pour la petite histoire, Suzanne n'était pas dans cette boîte et elle nous a rejoint au tout début. C'était une amie à moi, elle est journaliste de formation et je savais qu'elle était fan de musique et très très calée en rock etc. (...) J'ai fait rencontrer Vanessa et Suzanne et ça a paru une évidence à tout le monde."

Un peu à la façon dont les groupes rock se constituent à partir d'affinités musicales *et* personnelles, *Concept* travaille, se déplace et -bien souvent- communique en trio (cf. son logo plus bas). La métaphore du groupe rock se justifie d'autant que chacune des trois animatrices de l'agence a eu à faire avec la musique dans son parcours : Sabine a été ingénieure du son puis chef de projet dans un label, outre un passage par le Ministère de la Culture, Vanessa a été attachée de presse pour des groupes de rock et a travaillé pour le Syndicat National de l'Édition Phonographique tandis que Suzanne est fan de rock et apprécie la presse rock.

À l'instar de *Théïne*, *Concept* se définit comme "une agence de communication et de marketing sur le Web" principalement dédiée à la musique. Qui dit marketing dit approche globale.

Sabine : "On fait de la création de contenus, en fait on est un espèce de collectif. Nous, on nous donne un projet, un artiste et on crée tout l'univers qu'il y a autour de cet artiste. Donc on va faire la promotion mais, en parallèle, on va créer du contenu, l'image de l'artiste, des vidéos, Deezer, faire des opérations marketing, on travaille toute l'image de l'artiste, que ça soit dans sa façon de communiquer mais aussi de le créer, c'est créer aussi son univers... Des fois, il y en a qui l'ont déjà et il y en a qui l'ont pas du tout, donc faut leur trouver un statut.

Vanessa : Il faut leur créer une identité en fait, qui soit viable et pérenne en fait, parce que le but c'est pas seulement de l'exposer et de laisser retomber. C'est souvent le problème : le Web ça se consomme aussi très vite, donc effectivement c'est vraiment de choisir les bons axes que l'artiste pourra... Évidemment, c'est pas que nous qui décidons, mais on oriente souvent, voilà, on donne les directives, des choses, on discute avec le label ou le staff pour affiner."

Pour ses fondatrices, l'une des spécificités de *Concept* est de considérer les blogs musicaux comme des partenaires à part entière. Compte tenu de ce choix et comme la plupart des personnes interrogées lors de cette étude, l'équipe de *Concept* insiste sur l'importance de la vigie sur la Toile qui se justifie notamment par le fait que la Toile se métamorphose sans cesse et qu'il faut "être à la page" lorsque l'on dialogue avec clients et blogueurs.

Suzanne : " (...) Parce que, ouais voilà, il y a constamment des nouveaux sites, des nouveaux blogs, certains ferment, d'autres rouvrent... Il faut constamment être au courant de ce qui se fait, contacter régulièrement la base de données, elle change constamment, c'est un travail quotidien ; constamment reprendre les noms, enregistrer les adresses, ça change tout le temps.

Sabine : Même au niveau relationnel

Suzanne : Malgré tout, il y a vachement de relationnel c'est-à-dire que les relations sont vachement plus simples, sont plus directes. Avec les réseaux sociaux n'en parlons pas, donc voilà c'est vraiment un univers très dynamique."

Là encore comme *Théïne*, chacune assume des tâches particulières et à sa façon.

Sabine : “Alors, déjà on travaille les médias différemment. Suzanne est spécialisée sur les blogs pop rock. Chez XR (*l'entreprise où travaillait précédemment Sabine* FR), moi, j'étais spécialisée sur les blogs branchés, on va dire, parce qu'on a travaillé beaucoup de projets branchés. Donc tout ce qui est hype. Il y avait du pop rock aussi, j'avais développé les blogs... Donc, on s'est réparti les tâches dans la société. Vanessa travaille les sites culture, les FAI (*fournisseurs d'accès à Internet*), les sites presse etc.. Moi, je travaille les sites radio, les sites musique et certains blogs généralistes qui traitent un peu de tout. Et il y a déjà ma base de données, que j'ai depuis longtemps, sur les sites généralistes, mais je surfe.”

Précisant le profil des “généralistes”, Sabine évoque des portails et des blogs pas forcément spécialisés dans le rock indépendant, le secteur où l'agence officie principalement. Autre particularité de *Concept* : la recherche de nouveaux talents.

Vanessa : “(...) On a fait des choix au départ, d'avoir un catalogue, par exemple musical, de qualité, d'aller dénicher de nouveaux talents qui ne sont pas signés, de prouver qu'on pouvait donner la chance à des gens qui n'étaient pas connus, hors maisons de disques, hors labels, hors structures.”

Et d'évoquer l'exemple d'une formation.

Vanessa : (...) Lily Wood and the Prick et c'est un groupe, au départ c'était un duo. Maintenant ils sont cinq sur scène, c'est un groupe qu'on est vraiment allé démarcher, contacter sur MySpace, qu'on a relancé, on a rencontré les managers. On leur a dit qu'on voulait absolument faire ce groupe, donc là on part vraiment... On est allé fouiner et leur prouver qu'on avait vraiment envie de développer ce groupe et voilà maintenant ils viennent de signer en maison de disques, ils ont signé chez cinq 7 (*il s'agit d'un label* FR).”

Inversant la règle selon laquelle une agence de marketing répond aux demandes de ses clients, *Concept* recommande qu'aux managers des jeunes pousses de faire appel à ses services qui aux labels existants de porter leur regard aux endroits de la Toile où se *nichent* les artistes prometteurs. En somme, l'agence *Concept* est, elle aussi, une prescriptrice de contenus qui se positionne tant en l'aval de l'industrie musicale qu'en amont. Ce double positionnement nous l'avons déjà aperçu dans cette étude ; par exemple Arnaud programmant ses découvertes dans des festivals et écrivant dans des revues Web ou papier ou encore les webzines *Babel* ou *IndéActu* écrivant sur la musique et organisant des spectacles. D'où un constat : certains de ceux qui scrutent le Web ont tendance à convertir leur connaissance du terrain en prescriptions voire à devenir des entrepreneurs.

Une autre particularité de *Concept* tient à son occupation tous azimuts du terrain, une façon de faire qui diverge quelque peu de celle de *Théïne* qui a insisté sur son traitement personnalisé des blogueurs et s'est même référée à des techniques de marketing visant à auto-limiter la dissémination de messages (*le capping*) en ligne.

FR : “Vous avez une page Facebook ?

Vanessa : Oui, alors là on en a quatre en fait.

Suzanne : Les pages perso plus la page agence *Concept*. Twitter pareil (...)

Sabine : Après on est référencées sur pleins de choses.

Suzanne : On a ouvert un blog sur 20 minutes (*site d'un journal* gratuit) et Le Post (*un site d'actualité en ligne*

FR)...

Sabine : Moi j'ai ouvert une page sur LinkedIn⁶⁶ (*réseau social professionnel*) (...), à Fairtilizer⁶⁷ (*site d'écoute et de téléchargement légal*) aussi. (...)

FR : Pour revenir à la page de l'agence comment vous utilisez le mur (*sur Facebook*), vous en faites vraiment un usage, vraiment comme un communiqué de presse ou ?

Suzanne : Oui, un petit peu, enfin c'est plusieurs infos par jour : pour rappeler la date d'un concert, pour un article ou une interview intéressante qui a été publiée. Et ça montre aussi aux blogueurs qu'on relaye, qu'on a un lien vers leur site aussi, ça leur fait toujours plaisir, ça leur fait du clic, donc voilà. (...)

FR : Et vous avez une newsletter vous ?

Vanessa : Oui, qu'on n'envoie pas par Facebook, qu'on envoie par mails.

Sabine : C'est pas vraiment des newsletters c'est des communiqués."

Effectivement, sur le mur Facebook de *Concept* se trouvent (notamment) des annonces de spectacles, de parution d'albums, des vidéos, des jeux proposés par des sites amis etc. De même, l'agence envoie via Facebook -parfois plusieurs fois par jour- des invitations pour des événements pour lesquels elle travaille ou plus simplement qu'elle soutient. Dans un même ordre d'idées et dans un registre qui évoque la façon dont Christophe distribue des liens pour les faire circuler à grande vitesse, Suzanne m'explique qu'il arrive aux membres de l'agence d'intervenir dans des forums pour recommander des artistes dont elles s'occupent et ce sans dévoiler le fait qu'elles travaillent dans une agence de promotion. Qu'est-ce qui sous tend cette dissémination à tous vents ? La conviction que, sur la Toile, l'essentiel est de rendre visible un artiste, un projet, un événement.

Sabine : "Nous, on est pour communiquer sur l'artiste parce que, au final, qu'il y ait des critiques positives ou négatives, l'essentiel c'est qu'on communique dessus. On n'est pas que vers la critique positive au sens du terme, dans le sens du poil. (...) On travaille avec un site qui fait souvent des critiques négatives (...) et on adore bosser avec eux et souvent les chefs de projets nous rappellent en disant : "c'est quoi ce truc, il dit qu'il aime pas l'album" mais au moins il a écouté, il a pris du temps.

Vanessa : Il a pris du temps pour le faire et c'est très important pour nous, ça veut dire qu'il a accordé de l'importance, mine de rien, au projet. Quand ils en parlent pas c'est là qu'il y a vraiment un problème.

Sabine : Nous ce qu'on veut c'est un retour, que le journaliste nous dise ou le blogueur nous dit : "j'aime pas". Au moins on sait, on lui demande pourquoi etc. On peut expliquer pourquoi l'artiste ne prend pas et changer d'axe justement."

Autrement dit *Concept* considère que tous les types de feedbacks contribuent utilement à la réputation d'un artiste et même que d'éventuels avis négatifs permettent de comprendre l'échec d'une campagne et de retravailler l'image d'un artiste. Si la différence entre *Concept* et *Théïne* ne doit certainement pas être hypostasiée, on discerne chez *Concept* une façon de faire plus pragmatiste, plus expérimentale, plus à tâtons, qui considère ses cibles comme des sortes d'indicateurs de qualité, des boussoles. Pour Vanessa, il est important d'accorder un certain crédit aux éventuelles critiques des blogueurs.

Vanessa : "Mais pour revenir sur Facebook et sur l'agence en fait, je sais pas comment font les autres, mais nous c'est assez friendly si je peux dire. *On est dans une relation avec eux où ils peuvent se permettre de nous*

66 <http://fr.linkedin.com/>

67 <http://fairtilizer.com/>

mettre des petits messages, de nous critiquer parce qu'à une soirée, je sais pas, on a fait un peu les folles . En fait, Facebook ça a vraiment cassé pas mal de barrières en fait, de toute façon, entre le perso et le professionnel et qu'on utilise vraiment à bon escient j'imagine. Et voilà, qu'on entretient en plus, donc on n'hésite pas à se mettre des petits mots, des machins. (...)” (C'est moi qui souligne)

Aidée par la malléabilité de Facebook, (fluidité privé/professionnel, usage à tout moment des messageries facilité par les téléphones mobiles), Vanessa plaide pour des relations quasi amicales avec les personnes qui font vivre les blogs. À contrario, *Théïne* semble plus “scientifique”, se référant explicitement à des techniques de marketing développées pour le Web et s'attachant non seulement à cerner le profil du produit à promouvoir mais aussi les blogueurs/cibles spécifiques qu'il faut s'attacher et comment les impliquer. En définitive, là où *Théïne* se sert de sa fine connaissance de la blogosphère pour affiner au maximum chaque campagne de marketing en aval, *Concept* le fait plutôt en amont, une fois la campagne débutée, utilisant sa complicité avec les blogueurs pour recueillir au mieux leurs avis et corriger éventuellement le tir. Complicité qui renvoie également à une différence entre journalistes et blogueurs (euses).

Sabine : “On sympathise souvent, p'têt qu'on est cool ou quoi... Peut-être qu'avec un blogueur je vais être plus à l'aise dans le sens où je vais discuter avec lui plus de musique. Avec un journaliste, je vais être plus dans l'approche du contenu de mon artiste etc. Mais après il y en a qui sont des potes aussi avec qui j'arrive aussi... Hiérarchiquement je les différencie pas en fait. C'est surtout dans la discussion, un blogueur euh... D'ailleurs c'est plus Suzanne qui s'occupe des blogs pop rock et je discute avec eux justement, pas pour leur vendre le truc plus pour discuter de la musique avec des blogueurs que j'aime bien, je leur dis ; "fais-moi écouter ça".

FR : Mais de votre point de vu, est-ce qu'il y a une différence ?

Suzanne : Oui dans l'écriture.

Vanessa : Oui je suis d'accord aussi.

Suzanne (qui a fait une école de journalisme) : Enfin, moi je trouve que dans l'écriture c'est quand même autre chose. Il y'a vraiment le style journalistique, il y a une plume, souvent, un petit peu plus travaillée, il y a un style. Il y a beaucoup de blogueurs qui sont très érudits et qui n'ont pas une écriture extraordinaire. Oui, pas les fautes mais je veux dire les live reports sont pas très palpitants, voilà.... Donc là oui, on sent quand même une différence.”

Et le trio d'étendre cette différence blogueurs/journalistes du côté du contenu des plateformes des uns et des autres.

Sabine : “Et aussi dans l'approche de mise en avant : les sites plus gros où il y a des journalistes ça parle d'autres choses, pas en termes de marketing mais de techniques de Web, des bannières, des grosses opés, des jeux-concours... Les blogueurs c'est plus sur du live, sur le contenu du disque (...)”

Et parfois aussi en termes d'implication.

Sabine : “Et le journaliste qui est payé, qui a son site et qui en fait s'en fout royalement, qui fait juste parce qu'il doit le faire. (...) Il vient là pour faire son taf c'est-à-dire qu'il connaît pas l'artiste, qu'il a pas travaillé son interview avant, ça se sent... Parce qu'il y a beaucoup de journalistes qui travaillent pas avant de venir, qui demandent cinq minutes avant : "au fait le visuel c'était quoi ?" (...)”

Même les contacts par écrit diffèrent : là il faut préciser clairement à un-e journaliste

pourquoi on lui écrit, hiérarchiser les informations principales et utiliser un langage relativement châtié, la façon de dialoguer via l'email ou Facebook avec les blogueurs est plus détendue et souvent beaucoup plus soutenue.

Sabine : “Et je pense aussi que, du coup, on sait qu'ils sont moins réactifs que les blogueurs (*il s'agit des journalistes FR*). (...) On sait qu'ils répondent une fois par semaine donc on essaie de maximiser l'information dans le mail, pour qu'ils puissent être réactifs. Dans l'objet, l'objet est toujours très important, c'est-à-dire qu'on sait qu'avec les (*magazines*) féminins ils sont tellement sélectifs, ils ont moins de place souvent, c'est un peu comme la presse. Et puis il faut éviter le maximum d'aller-retours parce qu'au bout de deux mails ça les gave. (...) Les blogueurs c'est des échanges de mails et des aller-retours.

Vanessa : (...) Les blogueurs sont toujours très contents d'avoir des nouvelles de nous en fait.

FR : (...) Il y a une chose qui me frappe beaucoup c'est quand je demande aux blogueurs ou aux blogueuses quand est-ce qu'ils travaillent, quand est-ce qu'ils postent, qu'ils écrivent leurs messages etc. ils parlent du soir en fait... Et vous avez plutôt des contacts avec eux la journée ? Là vous me parlez d'échanges furieux de mails ?

Vanessa : Par Facebook en fait...

FR : Alors par des messages privés ?

Vanessa : Le chat, beaucoup...

Sabine : (...) Souvent, quand on a des trucs importants on les envoie souvent aux blogs le soir parce qu'ils nous répondent dans la nuit, comme ça on sait que le matin on a des réponses à nos mails

FR : Donc il y a quand même une sorte aussi de différences d'horaires.

Vanessa : (...) On arrive à les avoir sur Facebook, quand on est en concert. Comme on a effectivement des téléphones qui sont performants, on peut les voir, donc on peut leur envoyer : "tiens ben t'es pas là c'est machin c'est dommage" ou "ben tiens, on se retrouve à tel et tel endroit, tel concert c'est pas très loin, on peut se récupérer après".

D'une façon générale, ce que disent les animatrices de *Concept* tant de la nature de leur relation avec la blogosphère musicale que de leurs “outils de liaison” (les applications Facebook et Twitter dans les téléphones mobiles) atteste de la relation continue qui *tient* certains blogzines et webzines d'une part et les agences d'autre part. Liens affermis par les rencontres à Paris avec les blogueurs franciliens et provinciaux de passage à l'occasion de divers événements : concerts, événements, rencontres informelles ou organisées. Cette importance des rencontres hors ligne montre que si *le Web permet bien de travailler avec son ordinateur de n'importe où, cela n'exempte pas une agence de se déployer dans l'espace physique*, et en particulier à Paris qui sert véritablement de plate-forme de liaison à la blogosphère musicale (toutes composantes comprises) française.

Vanessa : “Il y a une masse de blogueurs influents à Paris.

Sabine : On va travailler avec un manager anglais, mais forcément les rendez-vous ça se fait à Paris, parce que lui il va faire des dates ici. On va travailler avec un groupe qui vit en Allemagne, forcément c'est plus facile de se donner un rendez-vous à Paris qu'ailleurs (...).”

Cette centralité de la capitale pour *Concept* est d'autant plus significative que comparativement à *Théïne*, *Concept* semble (au moment où l'entretien est réalisé⁶⁸) travailler plus pour des labels de disques et des agents de formations musicales que pour des festivals ou des lieux parisiens ou franciliens.

Au final, si la comparaison entre *Théïne* et *Concept* montre -notamment dans la façon de disséminer de l'information- des façons sensiblement différentes de procéder, l'approche est finalement comparable en cela qu'elle consiste à s'appuyer sur la complicité nouée avec les blogueurs pour optimiser les résultats de leurs campagnes. Façon de faire d'autant plus naturelle que les agences et leurs partenaires blogueurs (euses) partagent souvent des goûts -en particulier musicaux- communs et qu'une reconnaissance réciproque s'est mise en place. En disant aux professionnels de la musique "les blogs comptent", les agences font des blogzines et webzines -tant comme acteurs individuels que comme sphère d'influence- des acteurs incontournables. De l'autre côté, le fait que les blogs rendent compte des disques et des événements proposés par les agences permet à ces dernières de conforter leur propre position, de se développer tout en privilégiant des relations de travail plus conformes à leurs souhaits (cf. les réserves de chacune des agences vis-à-vis des majors et des journalistes) et à leurs propres goûts musicaux.

Bien entendu, une telle symbiose entre agences et blogs dépend de l'inclinaison (ou pas) des blog/web-zineurs à recevoir des informations provenant d'agences et de la capacité des agences à repérer et à obtenir la collaboration des plate-formes qui- du point de vue des objectifs recherchés- exercent une influence sur la Toile. Si l'on s'en tient aux observations menées durant cette enquête, ce sont surtout les "networkers" qui semblent avoir tissé des liens durables -même si d'importance variable- avec les deux agences. En effet, les "alternatifs" n'aiment guère être démarchés par les agences ou sont insatisfaits de ce qu'on leur propose tandis que la plupart des "indépendants" et des blogs d'albums du panel ne sont pratiquement pas identifiés par les agences. Bien sûr, ce découpage est à nuancer ; on se rappellera par exemple que des blogs inscrits sur Wikio (Isabelle de *Santoiniloi*) ont fait part de leurs réticences vis-à-vis d'une des deux agences, que certains blogzineurs collaborent avec des agences tout en jouant un rôle non négligeable dans les débats de la mouvance alternative (par ex. Franck de *Ressence*) et enfin que si certains indépendants (Philippe de *Beachblog*) ne sont pas identifiés par les deux agences rencontrées pour cette étude, ils reçoivent pourtant des sollicitations émanant d'autres acteurs (et en premier lieu des maisons de disques) et y répondent favorablement.

Quoiqu'il en soit de ces différents niveaux d'implication des membres du panel dans le marketing Web, l'existence de telles agences et le fait que l'une de leurs innovations les plus originales, la prise en compte d'une blogosphère musicale, ait été prise au sérieux par l'industrie musicale et des institutions publiques parisiennes atteste qu'un monde est véritablement en train d'éclore. Ce sont les diverses manifestations de cette croissance qui sont au cœur du prochain paragraphe.

68 Le 3 décembre 2009



Figure 25 : le logo qui figure sur la page Facebook de l'agence *Concept*. Confortant la métaphore du groupe de rock et l'inclinaison de l'agence pour les musiques populaires, on remarque la présence d'une guitare électrique dans l'illustration.

9 Un monde en (pleine) expansion

a) La société des web/blog-zines musicaux

Dans le paragraphe qui précédait celui consacré aux agences *Théïne* et *Concept*, j'ai de nouveau évoqué certaines différences au sein de la blogosphère musicale. Je voudrais à présent mieux cerner ces divergences tout en montrant les nombreux points de contacts et ponts qui relient nombre des membres du panel.

i) Se retrouver en ligne

Un des objectifs de cette enquête était de documenter - notamment à travers les commentaires déposés sur les blogs- le profil des visiteurs des différents types de plate-formes. Les membres du panel ont, dans leur grande majorité, réparti leurs visiteurs en deux catégories : d'une part, de "simples" visiteurs, souvent décrits comme peu diserts et, d'autre part, des blogueurs plus bavards ou encore des "habitués" (rappelons nous par exemple des fournisseurs de trésors musicaux rares de Pierre) qui quoique ne tenant pas de blogs sont néanmoins fidèles. Cette typologie est présentée dans les termes suivants par Pierre.

FR : "Justement, comment décririez vous la physionomie des gens qui laissent des commentaires ? Blogueurs, visiteurs réguliers amis proches ? (...)

Pierre (blogs d'albums *Pierreàfeu*, *Chandelles*, *Doggysound*) : Dur... Personne ne laisse vraiment de commentaires incroyables sur les blogs musicaux : "Thanks, great album !", "Thanks, keep up the good work" ce genre de trucs... (...) J'en vois beaucoup du type : "j'avais ce vinyle quand j'avais 6 ans.. merci.". Donc ces gens sont quasi tous plus âgés que moi, pas forcément férus d'informatique, sont tombés là un peu par hasard, ne reviendront qu'épisodiquement. L'autre minorité intéressante sont les DJs, producteurs, les vrais connaisseurs, entre 25 et 40 ans je dirais. Ceux qui me sortent : "tu n'aurais pas tel truc qui n'existe ni en vinyle, ni en CD, ni chez le compositeur du machin"."

Pour expliquer le silence relatif des visiteurs, Franck (*Ressence*) établit un rapport entre le nombre des commentaires déposés sur une plate-forme et son audience. Par ailleurs, il constate qu'il connaît peu ou prou les auteurs des commentaires déposés sur son blogzine et qu'il s'agit de blogueurs.

Franck : "Ben heu, là, je sors d'un mois à un peu plus de 24 000 visites, après cinq mois, 20 000 visites, et là en octobre, je suis autour de vingt quatre environ, en gros c'était à peu près sept cents visites jour et là c'est huit cents visites jour.

FR : Y'a des habitués, des gens avec qui vous dialoguez régulièrement?

Franck : Il y a des habitués parce que c'est des gens que je connais tout court.

FR : Votre famille ?

Franck : Ma famille, non pas vraiment.

FR : Des proches ?

Franck : Finalement, mes plus proches pas temps que ça, mes plus proches viennent, une fois tous les deux mois.

FR : Au travail ?

Franck : J'essaie de séparer, j'ai pas complètement séparé, j'organise des concerts de temps en temps en appartement chez des gens. Y a des gens du boulot que j'ai invité mais c'est vraiment très très marginal, sinon à part ces trois ou quatre personnes là.

FR : Les autres, les habitués ils proviennent d'où alors ?

Franck : *D'autres blogs y'a des cercles, souvent les gens circulent sur plusieurs circuits, y a des points de contact. (...)*

FR : Comment vous estimez ça, ce feedback des gens ?

Franck : Ben justement, y en a pas tant que ça finalement. C'est là qu'on s'aperçoit que le côté participatif du Web, il tient d'une part à l'écriture, d'autre part aux médias et puis finalement de la personnalité. *Y'a assez peu de gens qui sont des bavards du Web*. Après si on est sur le site du Monde, le site du Figaro, et de Libé, là les gens ils vont causer de tout et n'importe quoi et généralement des conneries (...) parce qu'ils savent qu'ils ont 200 000 lecteurs sur *Libé* ou un million sur *Le Monde*." (c'est moi qui souligne)

Son de cloche à peu près identique du côté de Pénélope, du moins en ce qui concerne la discrétion des internautes qui visitent son blogzine *Handmade*. Et celle-ci de remarquer également que ce sont plutôt des blogzineurs qui déposent des commentaires et même qu'il est courant que ceux-ci se réfèrent explicitement à un article ou un commentaire déjà publié dans une autre plate-forme.

FR : "Est ce que d'autres blogueurs laissent des messages sur vos commentaires (...) ? Est-ce que vous faites des commentaires sur d'autres blogs ?

Pénélope : Assez rarement sauf quand c'est des chroniques de disques qui prêtent à débat, à savoir des disques que moi j'aime beaucoup que les autres n'aiment pas du tout et c'est vrai que généralement il y a des rebonds entre les articles et les blogs. Ce que Patrick (*Dico*) fait souvent d'ailleurs, ce que ces blogueurs là font souvent, c'est-à-dire que quand ils font une chronique ils vont citer tel blog et tel blog qui ont fait une chronique sur ces disques aussi, histoire de créer un peu du lien et confronter les points de vue, tout ça."

De fait, certains blogzines du panel - à l'instar de *Playloud* de Poc ou de *l'Œuf* de Jonas - sont de véritables forums de discussions où des habitués évoquent non seulement les dernières sorties de disques ou des articles de fond (par exemple l'histoire d'un courant musical) mais aussi des questions ayant trait à l'organisation de la blogosphère musicale et à son éthique. Écoutons Poc.

FR : "Lorsque l'on accède à votre blog, on aperçoit en haut à droite une série de liens vers des commentaires. Quels sont les profils des visiteurs qui interviennent dans votre blog ? J'ai l'impression qu'il s'agit majoritairement (principalement) de blogueurs ?

Poc : Oui, il s'agit principalement de blogueurs et c'est le cas de la plupart des blogs musicaux (et de bon nombre de blogs), les blogueurs sont ceux qui viennent en général commenter régulièrement car de petites communautés de blogs se créent... Mais j'ai tout de même un certain nombre de visiteurs qui n'ont pas de blog et viennent commenter régulièrement...

FR : Quelle serait la proportion et est-ce que les "catégories" de visiteurs se répartiraient selon des rubriques spécifiques ?

Poc : J'aurais du mal à le dire précisément... En gros, il y a une vingtaine de blogueurs qui viennent commenter très régulièrement, 15-20 autres qui viennent plus épisodiquement, et 5-10 habitués qui n'ont pas de blog et des internautes qui viennent souvent commenter juste un article (parfois pour m'insulter, d'ailleurs,

parce que j'ai écrit des billets un peu provocateurs...) mais il n'y a pas de grosses différences selon les rubriques, ceux qui commentent mes chroniques de disques commentent aussi mes billets sur d'autres sujets, même sans rapport avec la musique..."

Comme Franck un peu plus haut, Poc vient de signaler que de petites communautés de blogzineurs se constituent et se retrouvent en ligne via les pages de commentaires. Dans une certaine mesure, celle qui dialogue sur *Playloud* peut être identifiée comme la communauté alternative des blogzineurs dont on a esquissé le portrait dans le paragraphe consacré à Wikio. Ce groupe discute régulièrement du devenir de la blogosphère musicale et, d'une façon générale, mobilise souvent des arguments d'ordre éthiques⁶⁹. Luc confirme, non sans humour, qu'il considère effectivement ce blog comme une sorte d'agora.

FR : "Vous déposez des commentaires sur des blogs d'autres personnes ?

Luc : Oui

FR : Oui j'en ai vu aussi sur *Playloud*

Luc : Oui je vais toujours taquiner *Playloud*.

FR : Ils ont beaucoup de débats.

Luc : Enormément de débats auxquels je participe pas mais c'est marrant à lire et bon j'aime bien les embêter. Mais j'aime bien aller les lire aussi, je les aime bien d'une manière générale (...)"

ii) Prescriptions plurielles

Dans ce même blog, Poc héberge un *classement des blogueurs* (c'est son nom) réalisé par un collectif de blogzineurs et des habitués de sa plate-forme. Il s'agit de classer tout au long de l'année des albums issus des différentes déclinaisons des musiques populaires (rock, pop, rap, électro, chanson world etc.) pour aboutir *in fine* à un classement définitif. On peut lire ci-après les règles qui figurent sur le site de Poc⁷⁰. Ce classement établi collectivement et la méthodologie qui l'accompagne sont défendus par Jonas du blogzine *l'Œuf* (qui, comme cinquante autres blogs y a participé⁷¹) comme l'expression d'une certaine façon de bloguer qui, sans s'y opposer frontalement, se différencie(ra)it d'une autre manière.

FR : "Est-ce que vous définiriez comme faisant partie de la communauté des blogueurs musicaux ?

Jonas : *D'une certaine manière je suppose, même si j'imagine qu'il y a en réalité différentes communautés de blogueurs musicaux.*

FR : Il me semble que la relation avec l'actu culturelle, le goût pour la musique et la littérature et l'envie de découverte pourraient définir une certaine communauté, par exemple celle qui se réunit autour du *Top des blogueurs* ?

Jonas : Tout dépend si vous parlez du *Top des blogueurs*, celui qui a été relayé par la presse ou du *Classement des blogueurs* qui est plus confidentiel. J'ai participé aux deux mais je ne me reconnais pas vraiment dans la "communauté" qui a réalisé le premier...

FR : Je parle de celui initié par Patrick. Il y en a un autre ? (...)

69 Comme déjà indiqué, Poc a ainsi écrit un long texte dans lequel il propose une sorte de charte visant à encadrer (et moraliser) les rapports entre les labels et ces nouveaux prescripteurs.

70 Version de la page le 26 mai 2010

71 Ce nombre de blogs était indiqué sur *Playloud* le 26 mai 2010

Jonas : Oui, il y en a un (...) avec certains participants identiques, d'autres non. *De l'extérieur, ça ne change rien, mais dans l'esprit les choses se font de manière totalement différentes, puisqu'ouvertes au public à toute personne souhaitant participer et non en catimini entre blogueurs triés sur le volet comme celui de Patrick* (qui est un copain, je n'ai rien contre lui et de toute façon je lui en ai déjà fait la remarque). Mine de rien cette différence de fonctionnement dit tout de la différence de mentalité entre ces deux communautés quasiment mitoyennes.”(c'est moi qui souligne)

On remarque que Jonas présente le fait que le classement soit ouvert à des blogs et même à de “simples” personnes comme une façon qui diffère de l'autre Top mais en même temps qu'il définit les deux communautés de blogs comme mitoyennes, une nuance que sa participation aux deux classements vient exemplifier.

Figure 26 : les règles du *classement des blogueurs* telles qu'elles figurent sur le blogzine de Poc.

Classement des blogueurs 2010 (1)

Mes **précédents sponsors** ayant décidé de m'imposer la soupe de Coeur de Pirate dans la playlist du CDB 2010, j'ai finalement renoncé à mes rêves de grandeur (ou de bassesse musicale, selon le point de vue...), et les ai tous virés. Fini les paillettes, la coke, les filles faciles et la rigolade, on reprend dans le plus grand sérieux... en commençant par un rappel du règlement :

1. Mettez **TOUJOURS** vos notes dans le dernier article du CDB paru. Même si ce sont celles d'albums proposés 4 mois plus tôt.
2. On ne note que les albums que l'on a vraiment écouté... à la limite, si aux 3/4 du disque, vous avez décroché tellement c'est mauvais, vous pouvez toujours noter, mais pas si vous n'avez écouté que 2-3 morceaux.
3. Le 10 est réservé aux "chefs-d'oeuvre absolus". Des albums que l'on considère être à la hauteur des meilleurs de l'histoire. Le 0 est pour des nullités monstrueuses, pas pour le moindre album qui vous déplaît.
4. Notez uniquement les albums dans des styles que vous connaissez un minimum... si vous n'écoutez jamais d'électro, si vous n'y connaissez rien, évitez de noter les albums du genre... surtout si c'est pour balancer des notes très basses. A la limite, si vous venez juste de découvrir l'électro et que ça vous plaît, vous pouvez noter...
5. Si vous souhaitez proposer des albums, c'est sur **cette page**. Pour contribuer à la playlist du CDB, c'est **ici**.
6. Pour participer, il faut soit avoir un blog, soit être un habitué du mien (Dahu, Arno, Vincent et les autres), que je puisse vous "identifier" (afin d'éviter les petits malins qui voudraient voter plusieurs fois, sous divers pseudos...) Tout contrevenant s'expose à des poursuites judiciaires.

Patrick (qui a par ailleurs participé au *Classement des blogueurs*) a en effet été à l'initiateur d'un *Top des blogueurs* dès 2008 qui, pour lui, est d'abord l'expression de liens forgés en ligne et de l'émergence d'une communauté. Cette démarche s'inscrit d'ailleurs dans une dynamique impulsée par les réunions de blogueurs qu'il a co-organisé avec deux agences de presse, des labels et un site spécialisé dans la mise en ligne de concerts.

Patrick : (...) “En fait l’année dernière, bon *bien sûr*, il y avait des liens qui s’étaient créés à force de poster des commentaires chez les uns et les autres, j’ai lancé une idée, c’était de réaliser un top des meilleurs albums de l’année avec tous les blogueurs. Donc, j’ai contacté tous les blogueurs que j’aimais bien. Je les ai mis dans une boucle ensemble. On était quinze l’année dernière, je le refais cette année (*l’entretien a été réalisé à l’automne 2009* FR) et nous sommes vingt-sept⁷². Cela devrait être un gros truc et me demande pas mal de travail ! Ensuite j’ai proposé aux gens d’aller boire un verre *et, en fait, très rapidement ce qui a vraiment soudé le truc c’est un peu les attaché-es de presse et les maisons de disques*. C’est-à-dire qu’il y a eu des agences de presse comme *Theïne* et *Concept* et qui se sont spécialisées dans les blogs et qui ont organisé des apéros où nous étions tous conviés. Maintenant avec le PDG de *Theïne* qui est une agence de presse et avec K.V de G. qui est un site de captation live, et bien régulièrement nous organisons des apéros où l’on invite des blogueurs, des attaché-es de presse, des gens des labels, en gros tous les gens que l’on connaît dans le milieu qui aiment bien la musique et boire des coups.

FR : Comment avez-vous organisé les débats pour décider des meilleurs disques ?

Patrick : Cela a été un peu l’enfer (rires) car lorsque vous proposez ça aux gens, chacun a une vision différente de la musique, certains sont contre le fait de faire des classements, donc nous avons eu des débats assez longs. Ensuite, ce sont des systèmes de points avec des coefficients. Donc chacun propose ses albums avec un coefficient associé et après on fait des moyennes. Nous ne sommes pas dans une usine à gaz, ça a été long à mettre en place quand même...

FR : Combien de temps, de quand à quand ?

Patrick : Cette année, j’ai envoyé le premier mail fin avril, donc pour le Top de fin d’année. L’idée étant de partager les coups de cœur le plus vite possible, pour avoir vraiment des disques en commun. Cela prend beaucoup de temps car nous sommes vingt-sept et quand il y en a un qui n’est pas d’accord, il faut prouver, modérer, proposer une solution qui convient à tout le monde.

FR : Quel type de cadre avez-vous pour discuter de ça ?

Patrick : On fait cela par mail. Des grosses boucles de mails (*un email envoyé à plusieurs adresses* FR), à l’ancienne, c’est-à-dire une boucle et tout le monde en copie. Je me fais souvent engueuler parce que parfois j’envoie un mail de synthèse et puis il y a cinquante mails derrière donc ils se retrouvent avec cinquante mails dans leur boîte alors... Mais le projet est intéressant vous pourrez en parler avec les gens que vous allez rencontrer, ils doivent être dans la boucle. Nous sommes vingt-sept (*c’est finalement 37 blogs qui ont participé au Top 2009* FR) donc cela couvre pas mal du spectre des blogs musicaux de France.” (c’est moi qui souligne)

Franck (blogzine *Ressence*) qui a participé aux deux initiatives confirme l’impact des réunions hors ligne et leur dimension structurante.

Franck : “(...) Alors il y a cette année, je participe à un truc qui existait déjà l’an dernier mais dont je faisais pas partie. Il y a un certain nombre de blogueurs musique qui vont faire un top commun dont Patrick est à l’initiative.

FR : Comment est-ce que vous avez été ralié à ça ?

⁷² Le 30 avril 2010 Patrick me précise dans un email que le top a finalement réuni 37 blogs en 2009 et qu’ils seront 64 en 2010

Franck : C'est lui qui m'a contacté, on se connaissait pas, on s'est vu par la suite justement, enfin il a organisé un raout y'a pas longtemps avec tous les parisiens ou ceux qui étaient à Paris à ce moment là, parce que y'en a qui sont à Lyon, à Rennes etc... ou à Nice d'ailleurs, donc là on était, bon y avait aussi des agences de com'. c'était très Networking"

Cette idée de développer un réseau -les blogueurs musique français- et de lui donner un porte voix est revendiquée par Patrick et c'est pour améliorer sa lisibilité qu'il explique la disparition des blogs québécois du Top 2009.

Patrick : "Nous sommes vingt-sept donc cela couvre pas mal du spectre des blogs musicaux de France.

FR : Avant il y avait des québécois non ?

Patrick : Effectivement, à une période il y avait *GD* qui était un blog québécois, qui était là l'année dernière. Aujourd'hui de manière un peu mesquine on s'est limité aux blogs français, c'est un peu de ma faute mais c'est *en termes d'axes de communication, on voulait vraiment faire un classement des blogueurs musique français*. Et c'était plus facile pour communiquer, au lieu de faire quelque chose d'international car c'était la première fois que nous le faisons. En revanche si tout fonctionne bien, dans deux ou trois ans pourquoi pas faire un Top des blogs francophones du monde ? " (C'est moi qui souligne)

Si comme Patrick, Franck ou Jonas, des blogzineurs (euses) ont participé aux deux classements, ce n'est pas toujours le cas. Ainsi Luc (qui a participé aux *Classements des blogueurs* de Poc) a refusé de s'insérer dans l'équipe du Top.

FR : (...) "Vous avez participé au Top des blogueurs, le premier ?

Luc : Non

FR : Et le deuxième ?

Luc : Non plus

FR : Ils vous ont sollicité ?

Luc : Non ils ne m'ont pas redemandé (rires). J'ai dû être très convaincant la première fois lorsque j'ai dit que je ne voulais pas ! Je suis assez individualiste en fait, je sais pas, surtout pour des tops... (...)"

Pour rendre compte encore un peu plus de la malléabilité des frontières et des reconfigurations continues, on rapportera également le témoignage de Carl (*Aujourd'hui*) qui a participé au Top mais se pose la question de son utilité.

FR : "Est-ce que vous avez des contacts avec d'autres blogueurs ?

Carl : Heu, j'en ai eu, mais j'ai peu de temps en fait depuis quelque temps vu que je suis devenu papa, donc j'en ai moins notamment. Ben, l'année dernière on a fait le Top avec quinze blogueurs, qui était à l'initiative de *Dico*.

FR : Vous allez participer au nouveau là ?

Carl : Heu je suis pas sûr.

FR : Parce que ?

Carl : Je sais pas si en fait ça a vraiment un sens le Top. C'est intéressant parce que ça met en lien plein de blogs mais je sais pas si je recommencerais parce que finalement, au global... (...) Ca se voit pas en front office mais il y a eu pas mal d'échanges. Plus de 300 à 400 mails ont été échangés sur un résultat qui finalement n'est pas si exceptionnel que ça, même si l'initiative était intéressante (...)

FR : Parce que les disques étaient pas si différents de ce que la presse aurait pu dire c'est ça ?

Carl : Ouais, c'était assez similaire et finalement peut-être que l'intérêt, mais c'est pas si évident, c'est de découvrir non pas des disques qui sont quand même prescrits par la majorité mais de trouver un petit peu les perles ou les premiers albums, même si ils n'ont pas de suite, mais bon..."

On ne discutera pas ici si les disques sélectionnés dans les deux classements évoqués sont fondamentalement différents de ceux auxquels la presse quotidienne et les magazines spécialisés s'intéressent mais on notera surtout que Carl pose la question de la *finalité* même des blogzines, un questionnement -typique d'un monde pas encore routinisé- qui est revenu dans la plupart des entretiens mené lors de cette enquête. Au delà du positionnement de chacun-e en fonction de tel ou tel classement, plusieurs éléments méritent d'être notés.

Tout d'abord, si la blogosphère musicale semble bien avoir une réelle consistance, elle génère -comme la plupart des activités humaines- des désaccords, des controverses, des mouvements, des reconfigurations. Pour ce qui concerne les blogzines et webzines- on peut distinguer trois principaux pôles.

Les deux premiers ont en commun *le souhait de fédérer les (ou des) blogzines musicaux*, par le biais de discussions (en ligne ou hors ligne) et *d'outils communs d'expression* dont les classements et autres tops sont de bons exemples. Qu'est-ce qui distingue ces deux groupes ?

Le premier groupe n'a pas hésité à prendre langue avec les professionnels de la musique (agences, labels, salles de spectacles, presse) et en particulier ceux qui considèrent le Net comme un terrain stratégique. D'une façon concomitante, les divers composantes de ce groupe ont organisé leur visibilité sur la Toile notamment grâce à des outils de type Wikio, celle-ci étant accentuée par leur activisme (fréquence de publication, régularité, commentaires essaîmés sur la Toile) Enfin, ce véritable réseautage a été soutenu par des réunions organisées à Paris qui ont contribué à souder les différentes composantes de ce groupe entre elles et à les poser comme des interlocuteurs pour les professionnels.

Le deuxième groupe est tout aussi friand de débats et tout aussi actif sur la Toile (Jonas est par exemple présent sur pas moins de six plate-formes et publie sur son propre blogzine un article par jour depuis 2006). Mais ses composantes semblent incliner vers un registre un peu plus alternatif, c'est-à-dire qu'ils (elles) sont plus méfiant-es à l'égard des professionnels. Une autre façon de dire cela serait que les membres de ce deuxième groupe sont plus solitaires (certains se définissant même comme un peu misanthropes) et par là même un peu moins enclins à se montrer en public. En quelque sorte, leur fédération serait plus numérique que physique, plus basée sur des affinités de goûts que de position (i.e être blogueur) et moins basée sur ce que Franck a justement appelé du Networking.

Cela étant dit, on doit bien se garder d'absolutiser les frontières car outre le fait que plusieurs membres du panel naviguent d'un monde à l'autre, l'exemple de Carl s'interrogeant sur sa participation au *Top des Blogueurs* nous montre que dans un univers encore très largement non routinisé les acteurs réorientent sans cesse leur conduite, corrigent leurs erreurs et, point axial, discutent collectivement de leurs orientations communes. De même, certains blogzineurs peuvent refuser de figurer dans Wikio et développer des contenus

éditoriaux proches de certains du premier groupe, le responsable d'un des webzines les plus actifs est un membre de longue date de *Garogorille* etc. D'une façon générale, et ce point est attesté par certaines polémiques dont on trouve les traces sur Twitter et dans des pages de commentaires, les blogzineurs (euses) se méfient des démarches visant à normaliser leur activité, par exemple à définir comment une chronique de disques devrait être écrite.

Cela étant, on doit remarquer que quelques soient les divergences d'appréciations, les rapports entre ces deux "groupes" de blogzineurs restent cordiaux : on participe aux classements de "ceux d'en face", on se rencontre à l'occasion de concerts, on boit un verre, on dialogue quotidiennement dans des pages de commentaires de blogs, sur Facebook et Twitter. Scratch, qui parle de "deux scènes" distinctes pense précisément que ce sont *les réseaux sociaux qui permettent à ces deux groupes de rester en contact* et d'échanger quotidiennement sur les nouveaux disques, l'état d'esprit de chacun, les concerts de la veille ou du lendemain, des photos glanées sur la Toile etc.

Scratch (*blogzine Milkshakes*) : "Twitter fait que ces gens-là restent ensemble, continuent de discuter et d'être plutôt courtois, de rigoler entre eux etc. C'est ce truc intéressant. (...).

FR : Et ils se rencontrent aussi.

Scratch Ils se rencontrent, oui clairement. Mais je pense qu'il y a aussi ceux qui se rencontrent et ceux qui ne se rencontrent pas."

Grâce à ces cadres de discussion les gens circulent d'un pôle à l'autre, évoquent leurs divergences et cohabitent sans trop de heurts. Pour comprendre cette relative fluidité des relations entre blogzineurs sur les réseaux sociaux on peut faire l'hypothèse que l'absence de tutelle (comme c'est le cas dans un webzine ou un forum de discussion) et la possibilité de sortir rapidement d'un face à face tendu facilitent des rapports courtois. Rien de plus facile en effet que de détwitter quelqu'un et par là même d'éviter le contact et des exaspérations. À ces deux propositions, on ajoutera également le fait que la plupart des blogzineurs (euses) dont on a pu lire les tweets (et les messages sur Facebook) manient constamment l'humour et évitent de se prendre trop au sérieux. Cette capacité d'autorégulation est une caractéristique remarquable de cette partie de la blogosphère observée durant cette recherche, elle semble agir comme une sorte de "facilitateur" permettant aux positions de ne pas figer exagérément, à chacun de circuler à sa guise, de s'interroger, de changer de position, de se repositionner en douceur et de ne pas passer de la divergence à la querelle. On retrouve d'ailleurs ce goût pour la dérision et le souci de ne pas trop se prendre au sérieux dans les conversations sur les forums et dans nombre des textes mis en ligne.

Pour compléter cette typologie, il convient de parler du troisième "groupe", constitué de personnes que l'on appellera "indépendantes" et qui comprend deux sous groupes distincts.

Le premier est constitué de personnes se rattachant d'une façon relativement relâchée à l'une des deux communautés (par exemple Scratch qui intervient régulièrement sur Facebook et Twitter, dépose et reçoit des commentaires d'autres blogzineurs mais n'a pas participé pas aux différents Tops ni beaucoup rencontré ses pairs ou encore Alexandre de *Discogood* et du webzine *Nickelodéon* dont on a vu plus haut la réticence à susciter des contacts).

Le deuxième sous-groupe est constitué de personnes dont les intérêts sont éloignées de la thématique dominante des "réseauteurs" et des "alternatifs" (le rock et les musiques

populaires) ou dont les formes et les lieux de sociabilités ne recoupent pas celles des deux autres groupes. On pense alors à Rolf (webzine *GéantsVerts*) dont la plate-forme est beaucoup plus satirique que toutes les autres du panel et où la musique n'est qu'une des rubriques, à Michel du blogzine *Beachblog* qui consacre une grande partie de son blog à des collaborations musicales avec d'autres personnes et à des transcriptions ou encore à Véza (blogzine éponyme) dont le blog s'inscrivait plutôt dans son propre parcours d'adolescence que dans une dynamique publique. À ceux-là s'ajoutent Mathias de *Classika* et Arnaud de *Pressbutton* qui ne se situent pas dans la blogosphère sans compter que comme son nom l'indique *Classika* ne traite pas des musiques populaires, le sujet roi du panel.

Enfin, il est patent que les blogs d'albums sont notoirement absents de ces trois configurations, ce qui confirme leur situation périphérique dans la blogosphère et que l'on a déjà observé à maintes reprises et à différents niveaux d'activité.

iii) Se retrouver dans le “vrai monde”

Les lecteurs (trices) auront déjà compris que des soirées réunissant des blogzineurs (euses), des agences de communication, des labels et d'autres professionnels avaient été organisées à Paris à l'initiative de Patrick. De plus, à plusieurs reprises des membres du panel ont mentionné avoir (eu) des contacts *hors Internet* avec des personnes officiant soit dans les mêmes plate-formes qu'eux (elles) soit qui animaient des sites comparables. C'est à ces diverses formes de rencontre que ce paragraphe entend traiter.

De fait, nombre de collaborations ont d'abord été discutées et conçues dans “l'espace physique” : on se rappelle ainsi que Andy a rencontré pour la première fois l'un des animateurs du webzine *Indéactu* lors du concert d'un groupe de pop américain, qu'Isabelle (*Sanstoiniloi*) et Patrick (*Dico*) se connaissaient avant que l'un et l'autre ne créent leur blogs respectifs ou encore de Poc suivant l'exemple d'un ami qui avait fondé son blog. On se souvient également de Rolf (*GéantsVerts*) rassemblant des ami-es pour fonder son premier webzine pour défendre des plasticiens isolés ou comment la fondation du webzine *Nickelodéon* a été précédée de rencontres préalables. Dans un même ordre d'idées, reviennent également en mémoire les récits de Nina et Luc dont les premiers pas dans le blogging s'inscrivaient dans le cadre d'une relation amoureuse.

La présence de l'espace physique se retrouve également dans le fonctionnement des webzines où il semble d'usage de se réunir de temps en temps pour faire le point ou plus simplement pour faire connaissance avec des gens que l'on côtoie en ligne.

FR : “Est ce que vous avez des contacts avec les membres de la plate forme, du site ? De l'extranet ?

Bertrand (webzine *Autoban*) : C'est à dire de voir les membres en dehors du site ? Oui, je vois de temps en temps, alors au niveau de la fréquence c'est assez aléatoire, peut être une fois tous les trois quatre mois... Ben par exemple on s'est vu y'a peut-être un mois, trois quatre semaines je sais plus, pour discuter. En fait on organise un festival et donc, là c'était pour discuter de l'organisation, la programmation etc. où on échangeait pas mal sur le forum et on s'est dit : "ben tiens, ça serait plus simple de se voir de visu" et oui de temps en temps je les vois. Ca va être systématiquement le boss, enfin, je veux dire le webmaster du site, celui qui s'occupe un peu de tout le côté associatif etc. et après pour les chroniqueurs ça va varier (...). Je sais qu'on a pas mal de chroniqueurs qui sont du côté de l'ouest de la France, donc eux on va jamais les voir mais ça va être tout le temps les Parisiens, de temps en temps y'a un Lyonnais qui remonte aussi, qui fait pas mal de soirs à Paris.

FR : Vous vous retrouvez en province dans des festivals, des choses comme ça ?

Bertrand : Par exemple, celui qui remonte de temps en temps de Lyon, en fait c'est quelqu'un qui est spécialisé sur le Dubstep (*un style de musique* FR), et comme moi de temps en temps je fais des soirées Dubstep, il m'arrive de le croiser, donc par exemple il me prévient, je remonte à Paris pour cette soirée là et puis à ce moment là, je le croise en soirée. Sinon, les autres membres du site c'est plus une réunion dans un bar où on va discuter de l'association ou chez quelqu'un, on va discuter plus de ce qui a rapport à l'association, ou le festival, ce genre de choses quoi."

Idem pour *Babel* qui organise une sorte de pot de fin d'années pour ses membres et qui comme *Autoban* organise des événements musicaux à Paris.

FR : "Donc il n'y a pas de meetings en fait, formels ou informels ?

Pénélope : Rarement.

FR : Il y en a à quelles occasions ?

Pénélope : On essaie de faire ça au moins une fois par an, de se retrouver entre nous, voilà de manière vraiment informelle hein (...). Après, il y a tout ce qui est aussi l'actualité *Babel*, c'est-à-dire les concerts en appartements qu'on organise où on se retrouve généralement pas qu'entre chroniqueurs, il y a aussi un public mais c'est une occasion de se voir. C'est euh, non c'est assez informel."

D'une façon générale, les concerts sont de puissants fédérateurs. Grâce à eux, les membres du forum *Metaldardent*, et notamment ceux qui ne résident pas dans la même région, ont la possibilité de se retrouver.

FR : "Est-ce que vous vous connaissez aussi par vos "véritables" prénoms et noms pour ceux qui utilisent des pseudos ? Vous avez, je crois, des meetings communs entre rédacteurs ?

Kévin (qui réside au Mans) : J'imagine que les parisiens se connaissent en vrai, pour la plupart, moi j'ai rencontré que deux-trois personnes du site, lors des concerts. Sinon oui, on connaît nos noms quand on s'échange des mails. Enfin je connais pas les prénoms-noms de tout le monde, d'un tiers on va dire

FR : Ca s'est passé où et comment, comment vous êtes vous rencontrés ? Je parle là des rencontres lors de concerts.

Kévin : Euh bah, sur le forum privé de *Metaldardent*, quand on va en concert en général on se prévient et on demande si d'autres y vont, là il se trouve qu'on était trois du site à y aller, donc on a échangé nos numéros et on s'est retrouvé sur place à la sortie du show

FR : C'était en Ile de France ?

Kévin : Ouais c'était à Opeth (*nom d'un groupe de rock métal prog suédois fondé en 1990* FR), fin 2008"

Du côté de *Classika*, les membres de la rédaction se rencontrent occasionnellement à Paris.

Mathias : "Les rédacteurs sont une quarantaine dont la moitié en Ile de France, le reste réparti en France, Belgique, Luxembourg, Suisse plus un rédacteur à Los Angeles, deux à Londres et un dans la Ruhr

FR : Il y a des grands meetings ?

Mathias : Non, sauf deux fois par an pour les franciliens ou ceux de passage à Paris à ce moment (...)"

Tandis que de son côté le staff se réunit chaque semaine à Paris.

FR : “Vous recevez combien de disques ou d'invitations par semaine (je parle de *Classika*) ? Elles passent par un canal et sont dispatchées ?

Mathias : Oui si c'est par la poste nous avons une adresse et avec le staff on fait une liste des CD(s) arrivés, on les propose aux rédacteurs, ils expriment leurs choix (par mail), on équilibre entre l'offre et la demande et on envoie par la poste. Pour les concerts je fais une liste des endroits où nous sommes potentiellement invités, j'envoie ça aux rédacteurs, je réceptionne les demandes (par mail), j'équilibre le tout et je contacte les attachés-es de presse

FR : Le staff c'est combien de personnes, vous vous réunissez de quelle manière ?

Mathias : La trésorière, la responsable CD-DVD et moi une fois par semaine et nous trois plus le rédac chef (qui est à Bruxelles) et le secrétaire de l'asso une fois toutes les six semaines.

FR : Vous vous retrouvez où ?

Mathias : Chez les uns ou les autres, dans nos apparts persos

FR : À part le bruxellois tout le monde est francilien ?

Mathias : Oui, parisiens même.”

Il apparaît donc clairement qu'à l'exception de quelques festivals se déroulant en région, *c'est à Paris* que les franciliens, les provinciaux voire les résidents à l'étranger d'une même plate-forme se retrouvent. Du côté de blogzines, il en est de même, y compris pour ceux qui ne cherchent pas particulièrement à rencontrer d'autres blogueurs.

FR : “Comment ça se passe les rapports avec d'autres blogueurs ?

Alexandre (webzine *Nickelodéon* et blogzine *Discogood*) : Comment ça se passe avec les autres blogueurs, heu, j'ai pas l'habitude d'en rencontrer beaucoup.

FR : Vous avez des contacts non ?

Alexandre : Non, je sais que ça m'est arrivé d'en rencontrer quelques-uns notamment une des personnes qui filment les concerts pour G. (*nom d'un site qui filme des concerts et les met en ligne et a participé à l'organisation des soirées de blogueurs* FR) et une personne qui s'appelle K.T (*un blogueur qui écrit beaucoup de chroniques de concerts*) (...) et que j'ai rencontrée en soirée comme ça.

FR : Comment ça s'est fait ?

Alexandre : Vraiment par hasard à une soirée Nuit Zébrée organisé par Nova (*cette radio organise des soirées musicales dans divers villes de France* FR) et heu j'ai rencontré quelqu'un qui travaille pour G. et il y avait K.T qui était là et il nous a plus ou moins présenté, donc on a discuté vingt minutes pas plus, mais j'ai jamais pris contact avec un blogueur pour dire : "on se rencontre dans tel bar".

Rencontres occasionnelles et organisées peuvent aussi se combiner.

FR : “Vous avez des rencontres régulières ?

Luc (*Scope*) : Je vais plus à des rencontres de blogueurs des choses comme ça. J'ai fait ça au début, il y avait ça au début et le phénomène étant encore assez petit pour que ce soit intéressant. Quand il a commencé à prendre de l'ampleur, ça devenait moins intéressant (...) Il y a une rencontre de blogueurs qui existe depuis 2003

FR : Ah oui des rencontres nationales de blogueurs !

Luc : Même sur Paris qui s'appelle *Paris Carnet*,⁷³ ça existe depuis 2003 et j'y allais au début et puis je n'y vais plus depuis 2003 (rires) je pense.

FR : Et en ce qui concerne les blogs de musique ?

Luc : Non c'est des gens... Voilà on se rencontre comme ça, généralement c'est plutôt à un concert, on se rend compte qu'on va au même concert et, ben, on en profite pour se voir, aller boire un verre."

De fait, au fur et à mesure que l'enquête se déroulait, je me suis rendu compte que nombre des blogzineurs (euses) du panel se connaissaient, c'est-à-dire qu'ils (elles) s'étaient déjà rencontrés in vivo.

FR : "Vous venez d'évoquer Patrick (*Dico*) comme un copain. Avez vous rencontré des blogueurs (euses) ? Et dans quel(s) cadre(s) ?

Jonas : Depuis que je vis en région parisienne j'ai rencontré à peu près tous ceux que je connaissais en région parisienne, je crois, autour d'un verre, une fois de temps en temps. Mais comme je suis un peu misanthrope je ne sociabilise pas énormément, beaucoup moins (*que*) d'autres je pense.

FR : Cela s'est fait à quelles occasions ?

Jonas : Il n'y avait pas d'occasion particulière, une envie subite, un concert..."

Le même Patrick qui a été évoqué à l'instant présente l'établissement d'une communauté des blogzineurs comme sa principale motivation.

Patrick : "Et bien aujourd'hui, moi mon principal leitmotiv pour écrire ce sont les gens que le blog me permet de rencontrer, *les gens ce sont les autres blogueurs*. Même si sur un blog de musique qui marche bien je fais par jour entre cinq cents et mille visiteurs uniques c'est un lectorat, mais ce n'est pas non plus quelque chose de démentiel. Je sais bien que sur les cinq cents et mille il y a énormément de blogueurs *et ceux qui vont être les plus interactifs avec mon blog ce sont les autres blogueurs*. Le fait de rencontrer ces gens dans la réalité, d'aller boire des coups avec eux, de parler musique et de construire un petit univers où la personne qui aime la musique et l'écriture et qui se retrouve dans pas mal de valeurs et dans une approche commune, c'est assez intéressant. Je n'ai pas de honte à le dire, il y a un phénomène de groupe et d'appartenance à un groupe qui est, entre guillemets, valorisant." (c'est moi qui souligne)

Du côté des blogs d'albums et du forum *Garogorille* (qui fédère une communauté de membres dont plusieurs animent des blogs d'albums) les rencontres semblent beaucoup plus exceptionnelles. Dans un monde où l'échange et le téléchargement de fichiers musicaux peuvent tomber sous le coup de la loi, où l'on utilise un pseudonyme, il est notablement plus difficile d'organiser des rencontres voire d'en prendre l'initiative. Deux blogueurs évoquent celles-ci comme l'aboutissement d'une longue amitié forgée en ligne.

FR : "Avez vous déjà rencontré physiquement des blogueurs ou des contributeurs des forums auxquels vous avez participé (je pense ici à *Garogorille* et à S.⁷⁴)

Francis (*Golfload*) : Je n'ai rencontré physiquement que très peu de gens de forums pour la bonne et simple raison que je n'en ai pas ressenti le besoin. Les rares exceptions sont donc des choix suite à un feeling passant particulièrement bien".

⁷³ <http://paris-carnet.org/>

⁷⁴ Il s'agit d'un forum -maintenant disparu- fondé par Francis

Même type de réponse de Duno de *Swinglow*.

FR : “Avez vous déjà rencontré physiquement des blogueurs ou des contributeurs des forums auxquels vous avez participé ?

Duno : oui, je me suis lié d'amitié avec l'un d'eux.”

De fait, il semble que la “semi-clandestinité” ne facilite pas l'organisation de telles rencontres.

FR : “Avez vous rencontré certains contributeurs ou contributrices ? Avez vous des contacts par mail, PM, chat ?

Krüger : Un seul oui, échange de livre et de boisson (ha ha !) et un rendez-vous foiré... Dommage

FR : Ce qui m'intéresse ici c'est de comprendre si cette convivialité s'est traduite par des rencontres dans le territoire où vous vivez ?

Krüger : Trois tentatives sans résultat plus la personne dont je vous parle. J'ai espoir, car j'y pense.

FR : Tentatives sans résultat c'est quoi ? (...)

Krüger : C'est à dire que l'on en parle avec même un lieu, une date presque mais rien. Par contre pour la personne avec qui j'échange, il était question qu'il "monte" à Paris, mais son voyage a été annulé”

Frédéric (membre du forum *Garogorille* et qui est régulièrement invité à participer aux blogs d'albums de certains membres de ce même forum) évoque aussi des projets de rencontres mais qui ne se sont pas, du moins pour l'instant, concrétisés.

FR : “Tu es avec une dizaine d'autres contributeurs (trices) un pilier du forum. As tu déjà eu des rencontres avec certains ? En enquêtant sur d'autres blogs (une vingtaine) je me suis rendu compte qu'ils le faisaient tous ?

Frédéric : Non, pas encore. Mais avec certains membres, on rêve d'un repas commun. Et il y en a que j'aimerais bien connaître autrement que de façon virtuelle !

FR : Cette idée de repas s'est exprimée dans des PM ou dans un post du forum ? Je pose cette question pour te demander si tu penses qu'il existe une sorte de noyau structurant ? (...)

Frédéric : Plutôt dans les PM, avec quelques membres, je peux donner des noms (Il dresse une liste d'habituels du forum comprenant dix personnes dont le fondateur du forum FR)”

Le récit qui suit vient conforter l'idée que les habitués d'une plate-forme collective moins en délicatesse avec la propriété intellectuelle se retrouvent plus aisément. Laurent (blog d'albums *Galloties*) raconte ainsi comment les mêmes membres d'un forum dédié au cinéma se retrouvent quotidiennement en ligne *et* à l'occasion d'événements.

FR : “Il y a encore une ou deux choses que je voudrais vous demander, vous me disiez que vous aviez tous vos amis sur Z. (il s'agit d'un forum dédié au cinéma d'horreur) (...)

Laurent : On se connaît tous d'un autre forum, D., et où on se rencontre quand on le peut. Moi, ça fait quand même longtemps que je suis, depuis un an, en Thaïlande donc on n'a pas pu... Mais on va soit à Gérardmer (*situé dans les Vosges* FR) ensemble au festival, je sais pas si vous connaissez le Festival de Gérardmer ?

FR : Non.

Laurent : C'est ce qui remplace le Festival d'Avoriaz, du film fantastique d'Avoriaz, donc oui à Gerardmer. Soit à l'Étrange Festival de Paris (*un festival de cinéma FR*) et sur Z. (*un forum dédié au cinéma d'horreur*) (...) Donc on se croise tous, il y en a qui montent à Paris, d'autres qui descendent en province, on est assez liés puis, oui, tous les jours on se retrouve sur le forum. C'est vraiment un forum d'amis hein, donc c'est vrai qu'il y a un noyau dur et que c'est un peu compliqué pour les gens autour de s'y intégrer quoi, on va dire."

Fait intéressant, si comme pour les exemples précédents c'est grâce à un événement que les habitués d'un forum se retrouvent *in vivo*, le lieu de réunion est situé à l'extérieur de Paris. Deuxième aspect significatif : Laurent n'évoque à aucun moment de notre conversation -longue et nourrie- le moindre désir de rencontrer d'autres blogs d'albums. Au total, quatre points méritent d'être soulignés.

Premièrement, il semble y avoir une liaison presque mécanique entre le degré de "légalité" du blogging et des rencontres que l'on appellera *hors ligne* : plus l'activité d'une plate-forme est susceptible d'être interprétée comme attentatoire à la propriété intellectuelle et moins les gens se retrouvent en dehors de ces plate-formes. À contrario, plus les plate-formes sont "légalistes" et plus leurs animateurs sont susceptibles de se retrouver lors d'événements et même *cultivent* -à des degrés divers- le fait d'être ensemble.

Deuxièmement, on peut également remarquer que les objets d'intérêts des blogs d'albums et des blog et webzines entretiennent également une relation différente au "vrai monde" : même lorsqu'il ne s'agit pas de leur focus principal, tous les blogzineurs (euses) s'intéressent tendanciellement à ce qui se déroule hors ligne (performances publiques, actualité des médias et des disques, expositions etc.) tandis que les blogueurs d'albums sont concentrés sur des *objets quasiment détériorialisés*, les disques, et qui souvent s'inscrivent dans le passé.

Troisièmement, la plupart des blogzineurs (euses) ont spontanément indiqué lors des entretiens qu'ils (celles) se connaissaient pratiquement tous. Non seulement chacun-e était capable d'identifier les autres blogzineurs (euses) du panel mais la plupart du temps, ils (elles) s'étaient déjà rencontrés hors Internet. Cette importance de la rencontre physique est tellement prégnante que certains blogzineurs et blogzineuses ont émis des doutes sur le fait qu'une blogzineuse du panel soit réellement une femme justement parce que celle-ci n'a jamais été vue par ses pair-es.

Quatrièmement, ces rencontres -qui s'ajoutent à tous celles qui ont déjà été mentionnées depuis le début de ce travail- permettent de prendre un peu plus la mesure de la constante *interconnexion* entre le Net et le monde physique du côté des blogzines et des webzines.

b) Investir la ville

i) Co-organiser des événements

Mieux encore, l'enquête montre que certaines plate-formes du panel, et en tout premier lieu les webzines, s'imposent comme des acteurs de la vie musicale hors ligne ou au moins investissent régulièrement ce terrain.

Un premier type d'activité concerne du DJaying dans des cafés et/ou des salles de spectacles. Cette activité peut être occasionnelle et ne pas avoir de rapport direct -si ce n'est la passion musicale- avec la plate-forme à laquelle on collabore.

Andy (webzine *IndéActu*) : “ il y a aussi une autre activité que je fais de manière très sporadique qui est de passer de la musique dans des bars, des choses comme ça”

Dans un même ordre d'idées, Franck (blogzine *Ressence*) m'explique lors de notre entretien qu'il organise de temps en temps des concerts en appartements et (a) fait du DJaying.

Mais, l'enquête a également montré que la croissance d'une plate-forme se *traduisait* souvent par l'organisation d'événements par les webzines. Rolf nous décrit deux de ces événements.

Rolf (webzine *GéantsVerts*) : “(...) Ensuite dans les choses qu'on fait avec *GéantsVerts* il y a les soirées organisées, nos propres soirées. La première soirée était “les filles portent pas de culotte” qui était dans une galerie qui n'existe plus, qui était la galerie *En Marge* qui se situait rue Jean-Pierre Timbaud, (*Paris 11e* FR) qui était, pareil, une galerie pluridisciplinaire et pluri-artistique. On avait fait une soirée (...) qui est en fait tout simplement cent culottes de grand-mères qui avaient été marquées avec le logo de *GéantsVerts* et qu'on distribuait aux gens et les gens les portaient tout simplement sur leurs vêtements, voilà on a fait ça. On a monté une quinzaïne commerciale, parce qu'on a une boutique en ligne, justement avec cette galerie-librairie qui proposait ses produits. Elle n'existe plus puisque la galerie n'existe plus et nous n'avons pas de statut de commerçant. Nous avons ensuite organisé une soirée électro au Batofar (*péniche située dans le 13e arrondissement de Paris et qui s'est fait connaître par des soirées techno et du DJaying*) c'était en 2007 ça.

FR : Avec quels artistes ?

Rolf : Quels artistes, il y avait Léonard de Léonard, il y avait les Bandidos, il y avait, je sais plus les autres... Mais ça c'était des artistes très connus de la scène électro.

FR : Comment ça s'est passé, vous aviez pris contact avec eux ?

Rolf : (...) Pendant quinze jours sur le site on avait organisé une battle électro où, en fait, on avait, je ne me souviens plus le nombre exact, une vingtaine d'artistes qu'on avait recruté sur Internet. Quand je dis “on” j'étais pas tout seul hein.

FR : C'était qui les autres ?

Rolf : C'était des auteurs du site qui ne sont plus là d'ailleurs et on avait, heu pareil, cherché des producteurs, des DJ(s) etc. Ensuite, il y avait une confrontation chaque jour, d'ailleurs DJ Zebra (*un DJ français qui a été invité dans la plupart des grands festivals de rock français et a animé plusieurs émissions de radio* FR) y avait participé.

FR : Comment se passait la battle exactement ? Des fichiers son ?

Rolf : Voilà, deux titres, deux mp3 en confrontation chaque jour sur une page et les internautes votaient, laissaient des commentaires. Les commentaires ne comptaient pas mais, par contre, le vote lui comptait et donc on arrêtaient les compteurs à minuit je crois. (...) On organisait une soirée pour eux plus cachets ; on les avait rémunérés sur les entrées du Batofar, hein.

FR : Le partenariat avec le Batofar comment il s'est établi alors ?

Rolf : Ben le Batofar (...) ce n'était plus une association, c'était déjà une entreprise, donc ça partait du principe : ils nous prêtent la salle, que je dise pas de bêtises, et ils prenaient 50% sur les entrées (...) et 100% du bar.

FR : C'est ce qu'ils appellent de la coréalisation.

Rolf : Oui c'est ça avec un contrat.”

Autre exemple de soirées, celles organisées et animées par les animateurs du webzine *Nickelodéon*.

Alexandre : “(...) Maintenant on a des événements où on se rencontre parce qu’on va mixer ensemble, on fait des soirées. Et là, on a une date tous les deux mois à l’Alimentation Générale (*un restaurant bar qui comprend une scène située rue Jean-Pierre Timbaud dans le 11e à Paris FR*) et on est en train de voir si on va faire une date régulière aussi mais on fait une première date au Batofar à la fin du mois.

FR : Il y a combien de DJ(s) chez vous ?

Alexandre : Et bien, disons qu’il y a C., moi et Y. qui est rédacteur, parce que le quatrième est à Oslo et le cinquième il vient d’intégrer l’équipe il y a très peu de temps. Il a fait que deux posts pour l’instant mais il est pas très intéressé par mixer

FR : Et la rédactrice elle était aussi DJ ou pas ?

Alexandre : Non, elle c’est pas trop son truc d’être la Djette mais elle nous a accompagné l’année dernière, on faisait les apéros de *Nickelodéon* dans un bar en fait où on passait plus de la musique en fond sonore en fait... C’était pas vraiment DJ pour faire danser les gens mais elle nous a accompagné deux fois en fait.

FR : Ce bar, il était aussi à Paris ?

Alexandre : Oui, aux Halles.”

Dans un même ordre d’idées, on se rappelle que Pénélope nous a parlé de soirées musicales dont la programmation était assurée au Scopitone (anciennement le Paris-Paris, une salle située Avenue de l’Opéra dans le 1er arrondissement de Paris) par le responsable du webzine *Babel* et pour lesquelles elle assure le travail de promotion. Ce n’est d’ailleurs pas la seule activité de cette sorte de *Babel* puisque le site organise, avec une agence spécialisée dans la fourniture de contenus éditoriaux, des concerts en appartements (une pratique qui est également en vogue dans le réseau des théâtres publics) dont la version filmée et la recension sont ensuite mis en ligne (voir figure 25 ci-dessous). Au sujet de ces concerts, on notera que depuis mai 2009, *Babel* et *Arte* ont conclu un partenariat afin de les mettre en ligne sur le site de diffusion en ligne de la chaîne culturelle et que, d’autre part, qu’en plus d’organiser lui-même ces événements, le webzine effectue également des captations lors de festivals hors de l’Île de France.

Cela dit, l’organisation de concerts trop ambitieux peut amener ses organisateurs à perdre de l’argent et nécessiter de trouver des partenaires extérieurs pour pérenniser cette activité.

FR : “Vous pouvez parler de ce festival organisé par votre site ?

Bertrand (website/forum *Autoban*) : Le festival *Kool This Ring*. Alors le festival *Kool This Ring* avait été lancé par J. (*le site web qui a précédé Autoban FR*) et à chaque fois ça changeait de salle, le premier, c’était au Cabaret Sauvage, (*Salle de spectacles située dans le 19e arrondissement de Paris dans le Parc de la Villette*) ils avaient loué la salle, ils avaient fait une affiche assez monstrueuse je dirais.

FR : Monstrueuse dans quel sens ?

Bertrand : Monstrueuse dans le sens qu’ils avaient eu les yeux plus gros que le ventre, en fait c’était vraiment les grosses stars du milieu et ils se sont un peu ramassés, parce qu’ils ont fait des entrées largement en deçà de ce qu’ils avaient espéré et comme ils avaient ramené des artistes de Warp⁷⁵, de Planet Mu⁷⁶ (*ces deux labels font partie des pionniers de la techno britannique. Le deuxième est désormais une division de*

75 <http://warp.net/>

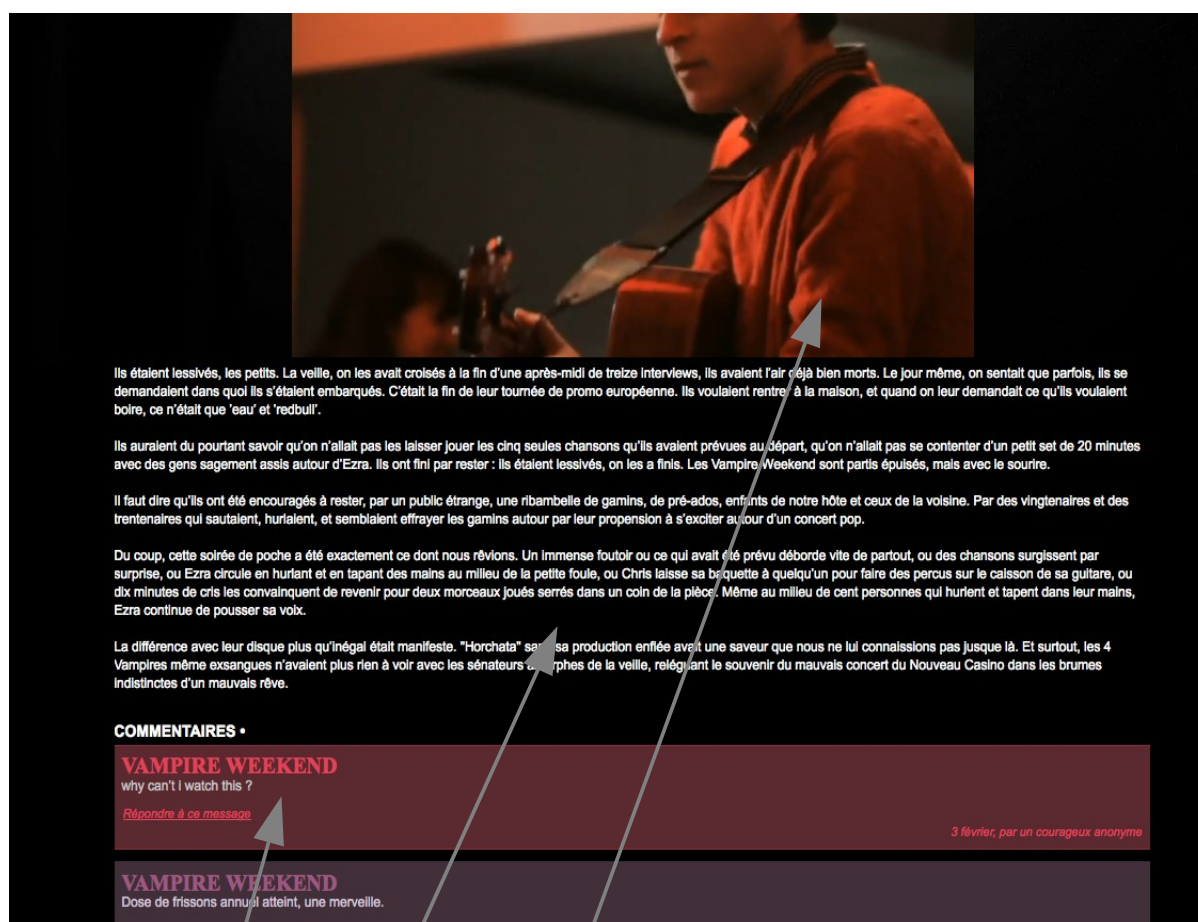
76 <http://www.planet.mu/>

Virgin) etc... C'était vraiment un gros festival.

FR : En quelle année ?

Bertrand : Ca, c'était en 2006, il me semble. (...) La deuxième édition du festival (...) s'est passée au Nouveau Casino (salle située rue Oberkampf dans le 11^e arrondissement de Paris) où ça s'est mieux passé mais où ils étaient encore en déficit. Là on avait laissé tombé en gros le *Kool This Ring* parce qu'on se disait : "voilà on arrive jamais à rentabiliser les soirées". Et là y se trouve que j'ai une amie qui est bookeuse et qui organise des soirées et je lui avait parlé une fois de *Kool This Ring*, donc je trouvais que c'était dommage qu'on le fasse plus et elle m'a proposé : "ben moi je peux t'aider à organiser *Kool This Ring*, ce qu'on peut faire c'est qu'on fait le plateau clefs en mains et on propose ça à une salle, qui nous achète le plateau, comme ça y a aucun risque financier". (...) On va essayer de relancer le *Kool This Ring* mais plus dans cette version là où on aurait pas de risques financiers. La seule difficulté, c'est de trouver une salle qui veut acheter le plateau et là on est plutôt dans cette phase là où on propose le plateau aux salles."

Figure 27 : un aperçu de la page rendant compte d'un concert en appartement du groupe Vampire Week-End organisé par Babel.



Commentaires Recension Vidéo

NB : En haut de l'image, l'internaute peut visionner/écouter une vidéo réalisée lors du concert, lire la recension qui l'accompagne en dessous et des commentaires d'internautes en bas de la page. On notera au passage que la recension du concert signale que le groupe a joué plus que prévu (20 mn) et bien mieux qu'un précédent concert organisé au Nouveau Casino (une salle de concerts située rue Oberkampf dans le 11^e arrondissement à Paris mentionnée à plusieurs reprises dans ce rapport). Ce dernier point est intéressant car il montre que Babel n'hésite pas à critiquer un groupe pour lequel il a organisé une prestation c'est-à-dire que le site conserve son indépendance éditoriale. la notoriété du site est assez solide pour qu'il puisse -sans dommage- s'exprimer ainsi.

Michel (Blogzine Beachblog) a, lui aussi, été amené à organiser des événements hors ligne. D'une façon intéressante, ceux-ci résultaient de rencontres d'abord effectuées en ligne avec d'autres musiciens.

Michel : “J’ai des liens avec d’autres sites de musiciens, mais qui ont leur site à eux en tant que musiciens, avec qui j’échange régulièrement, avec qui on a fait des concerts ensemble et on s’est rencontré et. en dehors de la bulle Internet pour le coup.

FR : Et ça s’est manifesté comment ces rencontres ?

Michel : Ben par exemple dans le cadre de mon vrai boulot de tous les jours à la Poste, je fais partie d’une association (...) dans laquelle je donnais des cours, bénévolement, de prises de son, logiciels de musique... Et il se trouve que dans cette association, ils peuvent nous mettre à disposition gratuitement une salle dans Paris, le Studio Raspail (*salle située dans l’avenue du même nom dans le 14^e arrondissement de Paris* FR), superbe salle gratuite. Donc moi j’en ai profité pour dire : “tiens, je vais en faire profiter des amis”, pas des amis, parce que je ne les connaissais pas autrement que virtuellement, mais des gens dont j’aime la musique en leur disant : “voilà, on peut faire des scènes communes, moi je peux en bénéficier, je vous fais venir et vous avez une belle salle pour jouer”. Donc on l’a fait quatre à cinq fois.

FR : Alors c’est quelle période ça ?

Michel : Le dernier c’était l’année dernière (2008), on en fait deux par ans peut-être.

FR : Et comment est-ce que vous avez organisé ça en termes de rémunération, de gestion des concerts ?

Michel : La gestion des concerts en fait, donc on était à plusieurs groupes, on a fait une réunion à chaque fois ensemble avant, ne serait-ce que pour se rencontrer et se connaître, et puis ensuite sur place dans la salle il y a des techniciens qui sont prêtés avec la salle en quelque sorte, donc au niveau de la gestion de l’infrastructure etc. c’était tout. Au niveau de la communication, chaque groupe cherche à communiquer auprès de ses proches et ses amis pour les faire venir, via son site Web, via son MySpace, via des flyers et après la même méthode qu’on communiquerait pour un concert indépendamment de ça. *Là ça permettait simplement que dans Paris ils bénéficient d’une salle de 250 places*, c’est un ancien cinéma reconverti en salle de concert (...) qui n’est plus un cinéma depuis une éternité mais qui a été racheté par France Télécom (...) qui le loue et qui le prête à des associations.” (c’est moi qui souligne)

Enfin pour conclure cet inventaire (non exhaustif), on signalera que le webzine *IndéActu a* également organisé pendant plusieurs années des concerts à Paris (par exemple à la péniche La Guinguette Pirate) où il invitait des artistes, artistes qui le plus souvent figuraient sur la compilation CD que le site publiait et mettait en vente chaque année. Cette compilation a désormais été remplacée par des pages de mp3 à télécharger et des playlists des rédacteurs, sans compter de nombreux extraits vidéo et audio et en particulier ceux des concerts en appartements que le Webzine, lui aussi, co-organise à Paris.

ii) S'associer à des événements

On vient de voir comment certains webzines du panel agissent comme de véritables entrepreneurs de spectacles parisiens. D'un façon voisine, plusieurs webzines et blogzines s'associent avec des événements organisés par d'autres ou à des lieux de spectacles. Ainsi, et comme je l'ai signalé à plusieurs reprises, certains sites établissent des partenariats avec des organisateurs de concerts (salles, festivals, artistes, producteurs) et en particulier en Ile de France. Ces partenariats peuvent aller de la programmation confiée à un webzine (exemple de *Babel* cité plus haut) à un simple échange de bons procédés qui s'exprimera par la mise à disposition de places pour le site, des échanges de logos, des accréditations régulières pour

les rédacteurs, le fait de mettre en ligne un extrait de concert, des chroniques exclusives etc. La figure 28 ci-dessous reproduit la partie de la newsletter* d'*IndéActu* qui comprend presque toujours des mini concours permettant aux internautes de gagner des places de concerts, une technique de promotion que les radios pratiquent de longue date.

Figure 28 : extraits de la rubrique concours de la newsletter de *IndéActu*

Newsletter IndéActu du 19/05/2010

Concours : Wire à la Maroquinerie, des places à gagner ! Le 24 mai, le Pink Flag flottera au-dessus de la Maroquinerie. Avant de filer à Primavera, Wire fait une tournée en France dont un passage à Paris avec toujours dans son escarcelle l'excellent "Object 47". *IndéActu* vous fait gagner des places. Tirage au sort le 21 mai ! » **participez jusqu'au 21/05 !**

Concours : Des places à gagner pour la Villette Sonique ! En avant pour la nouvelle édition de la Villette Sonique du 31 mai au 6 juin ! La formule alternera avec bonheur entre concerts payants et après-midi de concerts et performances gratuites sur les pelouses du parc de la Villette. *IndéActu* est partenaire et vous fait gagner des places pour le 1er juin : Arto Lindsay, Young Marble Giants/ Owen Pallett le 2 juin : Polvo, Atlas Sound, Yussuf Jerusalem Il suffit de répondre à la question en précisant la soirée pour laquelle vous jouez. Tirage au sort prévu le 28 mai.» **participez jusqu'au 28/05 !**

Concours : gagnez vos places pour Vradiazei au 7ème Ciel ! Concerts du 7ème Ciel, saison 3, épisode 2. Le dimanche 23 mai Simone et Diamanda accueilleront Vradiazei. Vradiazei unit trois jeunes femmes originaires d'Olympia, petite ville du Nord-Ouest des Etats-Unis, dans l'Etat de Washington. Yianna à la guitare, Marit à l'alto et Lilia au banjo subliment des harmonies au confluent des musiques traditionnelles slaves, arabes, balkaniques et d'Asie central ; celles-ci se nourrissant, encore de nos jours, les unes les autres. Inspiré par une humanité au bord du gouffre mais aussi de la chaîne de montagnes des Cascades, son arc volcanique, toujours actif, les étendues désertiques et les forêts à la beauté singulière de la région, le trio compose une musique acoustique de fin du monde dont les grands frères seraient Black Ox Orkestar ou un Godspeed You! Black Emperor dont nous aurions arraché la prise électrique. *IndéActu* et le 7ème Ciel vous proposent de gagner vos invitations pour la soirée » **participez jusqu'au 21/05 !**

Concours : Des places pour The Slits au Café de la Danse ! Que reste t'il du célèbre groupe de punkettes The Slits en 2010 ? Pour le savoir rendez-vous au Café de la Danse le 27 mai prochain... Ari Up et Tessa Pollitt, deux des membres historiques, ont reformé le groupe en 2005 avec une nouvelle génération de musiciennes et un nouvel album studio "Trapped Animals". Il y a des places à gagner. A vous de jouer !» **participez jusqu'au 26/05 !**

D'autres fois, les relations avec des lieux de spectacles peuvent également s'inscrire dans des "partenariats à plusieurs étages". Ainsi Isabelle (blogzine *Santoiniloi*) rend compte de concerts qui peuvent également être couverts (et y compris par elle) dans la radio d'Ile de France où elle s'occupe notamment des retransmissions de concerts. Dans ce cas de figure, Isabelle peut croiser une chronique écrite et la mise en onde. En outre, lors de l'entretien elle signale que tant du côté de la radio qu'en tant que blogueuse elle ne s'intéresse pas uniquement aux salles parisiennes mais aussi à la banlieue et que sa radio entend plutôt retransmettre des concerts se déroulant dans de petites salles. En somme, avec les salles comme avec les disques Isabelle, souhaite privilégier les choses les moins exposées.

Isabelle : (...)“ Il y a les salles avec lesquelles je m’entends le mieux parce que tout simplement en fait c’est là que j’ai fait le plus de captations et dans mon travail à Radio D. on essaie de privilégier des salles qui sont pas trop grandes. On va jamais faire un Zénith ou ce genre de choses, c’est trop gros pour l’acoustique. Typiquement nos partenaires (...) on a le Nouveau Casino (salle de concert située rue Oberkampf dans le 11e arrondissement de Paris FR), le Point Éphémère (situé quai de Valmy dans le 10e arrondissement), le Café de la Danse (situé Passage Louis-Philippe dans le 11e arrondissement) qui est à côté de chez nous, parce que nous est rue des Tournelles à côté de Bastille (3e arrondissement), le Glazart (situé Avenue de la Porte de la Villette dans le 19e arrondissement) est un partenaire mais je n’ai jamais rien fait là-bas. ”

Comme évoqué il y a un instant, Isabelle mentionne également des salles situées à l’extérieur de Paris qui la sollicitent avec constance et qu’elle apprécie.

Isabelle : "Les salles de spectacle aussi (...) sont très demandeuses notamment les salles de la proche couronne typiquement la salle EMB Sannois, c’est l’Espace Michel Berger qui est à Sannois, c’est pas hyper loin hein enfin dans le 95 (*le Val d’Oise* FR), il y a également le Plan de Ris Orangis (*situé dans l’Essonne* FR). Celles-là elles sont en mal de reconnaissance. Elles font un travail énorme en fait, elles accueillent la plupart des résidences de groupes sauf que personne n’en parle. À chaque fois qu’on parle d’un concert, on annonce les dates à Paris, Paris même, et jamais dans cette proche couronne. Donc, quelqu’un qui écrit sur ces salles de spectacles là en disant ce qui passe c’est une manière de faire de la communication et de la promotion supplémentaire. Ils sont vraiment très, très demandeurs de ça. (...)”

Franck (blogzine *Ressence*) qui précise ne pas avoir de liens formalisés avec des lieux note que sa collaboration avec une photographe l’incite peut-être à privilégier des lieux qui se prêtent à ce choix éditorial.

FR : “Vous avez des liens avec certaines salles ?

Franck : Non. On n’a pas de liens formels avec les salles.

FR : Ou des liens d’affinités de votre côté ?

Franck : Y’a des salles qu’on aime plus que d’autres, heu, ne serait-ce qu’en raison des lumières ou de la facilité à photographier (...).”

Il remarque néanmoins que l’intensification de ces relations avec des agences et la pérennisation de son blog amènent certaines obligations, une sorte “quasi partenariat” implicite.

Franck : “C’est qu’avant je bossais avec une puis deux agences de promo et maintenant je bosse avec plusieurs et ça crée un peu des engagements. Là, pour le festival des Inrocks, bon là c’est pas une boîte de com’ mais, c’est pas exactement un partenariat, mais je me suis engagé. Enfin j’ai dit (...) que je ferai un article général plus deux focus. Bon ben voilà, maintenant il faut que je trouve le temps de les caser avant les concerts quoi. Là, je vais aux Locomotives de Vendôme (*un festival de rock qui se déroule dans la ville du même nom dans le Loir et Cher* FR), bon, ben c’est pareil. Là je fais un truc multi festival demain. Je parle de trois festivals, y’aura un retour, après y’a des interviews à venir, j’ai trois interviews en stock en audio, des longues, j’ai plus de mal à faire du patrimonial mais j’essaie d’en faire de temps en temps, de panacher, d’en balancer quand même. ”

Une autre forme de partenariat peut également consister dans l’insertion payante d’annonces de spectacles sur le site. La figure 27 ci-après est une reproduction d’une page du webzine *Classika* consacré aux concerts ; à droite figurent les événements repérés par le webzine et à gauche (dans la rubrique “annonces”) des espaces achetés par des annonceurs ⁷⁷.

⁷⁷ Capture d’écran effectuée le 29 mai 2010

En conformité avec son objectif de devenir une revue de référence en matière la musique classique, le webzine rend compte d'événements se déroulant non seulement en Ile de France (où une partie de ses collaborateurs réside) mais aussi en France et au delà. On notera également que *Classika* est partenaire d'une revue professionnelle musicale -*La Lettre du Musicien*- avec qui elle échange des articles.

Figure 29 : un extrait de la rubrique “la scène” consacrée aux spectacles du webzine *Classika*

ANNONCES

page 1 ➡ ➡



28 et 30 mai
[Paris] **L'Ensemble Parisien**
Dvorak, Haydn, Lavandier




Du 21 mai au 5 juin
[Château-Thierry] **Festival Jean de la Fontaine**
L'incontournable voyage à Rome



Du 19 mai au 3 juillet
[Paris] **L'Italienne à Alger**
Théâtre Mouffetard

Évasion
Musikfestspiele Saar
► [Sarrebruck] **De la Sicile à la Suisse**
Depuis quatre décennies, la Radio Sarroise organise un festival annuel de musique contemporaine où est passée la fine fleur des compositeurs de la seconde moitié du XXe siècle. Organisée autour du week-end de l'Ascension, le festival 2010 était consacré à trois compositeurs majeurs, l'un sicilien, les deux autres bernois et amis ... [43 visite(s)]
Par « **Dominique Adrian** » le 29/05/2010



Récital
Boris Berezovsky
► [Paris] **Vers la palme ?**
Initialement programmé en janvier dans le cadre de la Saison Russe au Louvre, le concert de Boris Berezovsky avait été annulé à la dernière minute. C'est peu dire si sa présence semblait attendue et, à en croire l'interminable file d'attente ... [56 visite(s)]
Par « **David Verdier** » le 29/05/2010



Évasion
Festival de musique de Dresde
► [Dresde] **Avalanche russe !**
En dehors des incontournables Bayreuth et Munich, les festivals de musique allemands restent encore une terre à découvrir pour la plupart des mélomanes francophones. [4 visite(s)]
Par « **Pierre-Jean Tribot** » le 27/05/2010



[Scène] Danse
La Bayadère
► [Paris] **Tout ce que qui est connu**
Comme il est surprenant de constater que l'amateur de ballet en revienne toujours à ses premières amours et à ses Etoiles dont il ne pensait plus forcément les voir ensemble... [413 visite(s)]
Par « **Alain Attyasse** » le 26/05/2010



[Scène] Danse
Orphée
► [Paris] **Mythe et fantaisie**
Pour leur dernière création commune, la relecture du mythe d'Orphée par José Montalvo et Dominique Hervieu est pleine de malice et de fantaisie... [288 visite(s)]
Par « **Delphine Goater** » le 25/05/2010



Récital
Denis Pascal
► [Tautavel] **Tautavel en musique, c'est reparti !**
Si la gare de Perpignan est « le centre du monde » (dixit Dalí), à quelques lieues de là, Tautavel pourrait bien en être « l'origine », recelant dans ses grottes millénaires les ossements de l'« homo erectus », l'un des premiers européens à avoir foulé le sol roussillonnais il y a 4500000 ans ... [14 visite(s)]
Par « **Michèle Tosi** » le 25/05/2010



Encore un autre exemple de partenariat que m'explique Michel du blogzine *Beachblog* lorsque je lui demande ce que deviennent ses chroniques consacrées à des disques.

Michel : “(...) Tout ce que j’ai fait là depuis le début de l’année, depuis mars, il y a une radio dans l’Essonne qui veut reprendre mes chroniques donc je leur envoie des trucs (...).

FR : Ils lisent la chronique, comment c’est ?

Michel : Non, non, en fait heu, je leur envoie les musiques et moi ce que j’ai fait c’est que je tape les chroniques sur un logiciel en reconnaissance vocale et c’est une voix qui dit les chroniques et du coup, c’est bien fait d’ailleurs parce qu’on peut changer de voix, une voix d’homme, une voix de femme, avec l’accent canadien, l’accent français, la reconnaissance vocale a beaucoup progressé hein, et donc je leur envoie ça et donc ils diffusent ça. Enfin, moi à chaque fois que je me connecte, ça ne marche pas cette radio, mais l’idée c’est ça quoi, l’idée c’est que mes chroniques passent là-dessus. (...)”

Étonnante (et fascinante) circulation où une prescription délivrée originellement via Internet est reprise par une radio locale située dans un département d’Ile de France et par la même occasion passe de l’écrit à l’oral. Une fois exposés ces divers exemples, quelques remarques s’imposent.

Tout d’abord, on doit noter que les sites qui rendent compte de concerts (live reports, vidéos enregistrés, reportages photographiques, notations des prestations etc.), tissent des liens avec des salles ou organisent à divers titres des spectacles déploient également une activité intense en ligne, activité dont a mesuré l’étendue grâce à toute une série d’indicateurs (l’inscription et classement sur Wikio, la fréquentation, le nombre d’articles publiés, la visibilité etc.) dans des paragraphes précédents. On peut donc raisonnablement penser que c’est cette double inscription sur la Toile et dans la temporalité propre aux spectacles qui explique, par une sorte d’effet de feedback, leur impact global.

Deuxième remarque qui découle de ce premier constat. On sait que de façon de plus en plus marquée, la plupart des structures (institutions, entreprises, associations, regroupements thématiques partis politiques, collectivités etc.) et nombre de personnes se dotent de sites Internet afin de les représenter dans ce nouvel espace. Cette installation s’accompagne de l’adoption des techniques qui sont en usage dans ce monde : pages de consultation, moyens audiovisuels, dialogues avec des internautes, liens vers d’autres sites etc. Une bonne illustration de cette conversion aux outils électroniques est donnée par les versions en ligne des journaux quotidiens. En ce qui concerne les plate-formes du panel organisant des événements hors ligne on assiste à une sorte de processus symétrique : leurs diverses formes d’implications hors ligne pourraient être considérées comme des sortes de “sites physiques” qui les représentent (et ici le mot doit être compris dans toute sa polysémie) dans l’autre territoire et pour lesquels elles adoptent la temporalité, les outils, les partenaires et les lieux de cet espace/temps. Comme on l’a vu, ces modes de représentation et les lieux où elles se déroulent sont très variables ; hapenning facétieux de *GéantsVerts* dans une galerie parisienne, organisation de différents types de concerts par *Babel* ou *IndéActu*, rencontres musicales ou retransmission par une radio départementale des chroniques de *Beachblog* ou encore partenariats de *Classika* (qui aimerait également à organiser des concerts) avec des salles de concerts. Au delà de la diversité de ces formes de présence hors ligne, celles-ci impliquent d’être en phase avec la *temporalité en vigueur dans le territoire hors ligne* (celle des spectateurs, des artistes que l’on programme, des partenaires médias, des agences etc.) et même plus précisément d’adopter un tempo proche de celui de la presse papier et des médias d’avant l’Internet : réagir vite, obtenir des scoops et des exclusivités, étoffer sans cesse ses contenus, découvrir voire même encourager les nouvelles tendances artistiques, en somme adopter la temporalité de ce que l’on appelle communément *l’actualité culturelle*. Bien entendu, ce processus de synchronisation (que

Franck a décrit un peu plus haut) est plus facilement assimilable par un collectif dont les différents membres peuvent assurer des tâches spécifiques (rappelons nous la répartition du travail entre Pénélope et le responsable de *Babel* ou celle entre le staff de *Classika* et les rédacteurs) que par une seule personne.

Enfin, on doit également noter que le fait que des critiques culturels assurent également des programmations nous est déjà familier : c'est en effet très exactement ce que fait Arnaud -l'un des deux journalistes du panel- qui alterne la programmation dans des festivals et l'écriture pour des revues papier ou sur le Net. À une plus grande échelle, on peut aussi évoquer le magazine *les Inrockuptibles* qui a créé un festival se déroulant à Paris et en région une fois par an. Une fois encore, la comparaison entre webzines et presse professionnelle semble pertinente, non plus seulement parce que l'organisation ou la mise sont proches mais parce que des deux côtés les acteurs se positionnent comme des entrepreneurs de spectacles.

À l'inverse des "réseauteurs" qui sont les plus investis sur le terrain des spectacles, le reste du panel n'organise pas de spectacles et ne consacre que peu (ou pas du tout) d'articles à des événements tels que des concerts. On ne doit pas en conclure pour autant que les animateurs (trices) de ces blogzines, blogs d'albums et membres de forums/webzines ne s'intéressent pas à l'actualité musicale ; les blogzineurs de cette partie du panel font en effet sans cesse mention de nouveaux disques, des concerts où ils vont aller ou ceux dont ils reviennent dans leurs Tweets et messages Facebook. De même, deux des blogs d'albums (*Golfload* et *Swinglow*) mettent en ligne des disques récents tandis que les forums/webzines *Autoban* et *Métalardent* y consacrent également un nombre conséquent de chroniques. On doit également se rappeler que certains des membres du panel (et justement Kevin du forum *Métalardent*) ont indiqué qu'ils se retrouvaient à l'occasion de concerts. Quoiqu'il en soit, force est de constater que l'actualité musicale -au sens du flux d'informations et d'événements traités par exemple par la presse musicale- n'est pas centrale pour les "non networkers".

FR : "L'actu est importante pour votre blog ?

Jonas (blogzine *l'Œuf*) : En partie. Disons que je ne considère pas comme essentiel de parler de quelque chose la semaine où il sort. Je chronique certains disques six mois après leur sortie... En fait, j'ai chroniqué énormément de vieilleseries (jusqu'à il y a un an je ne parlais quasiment jamais de nouveautés sur mon blog) par conséquent cela m'autorise à parler de choses un peu plus neuves aujourd'hui, je n'ai pas l'impression de ne pas en avoir fait assez sur l'un ou sur l'autre. "

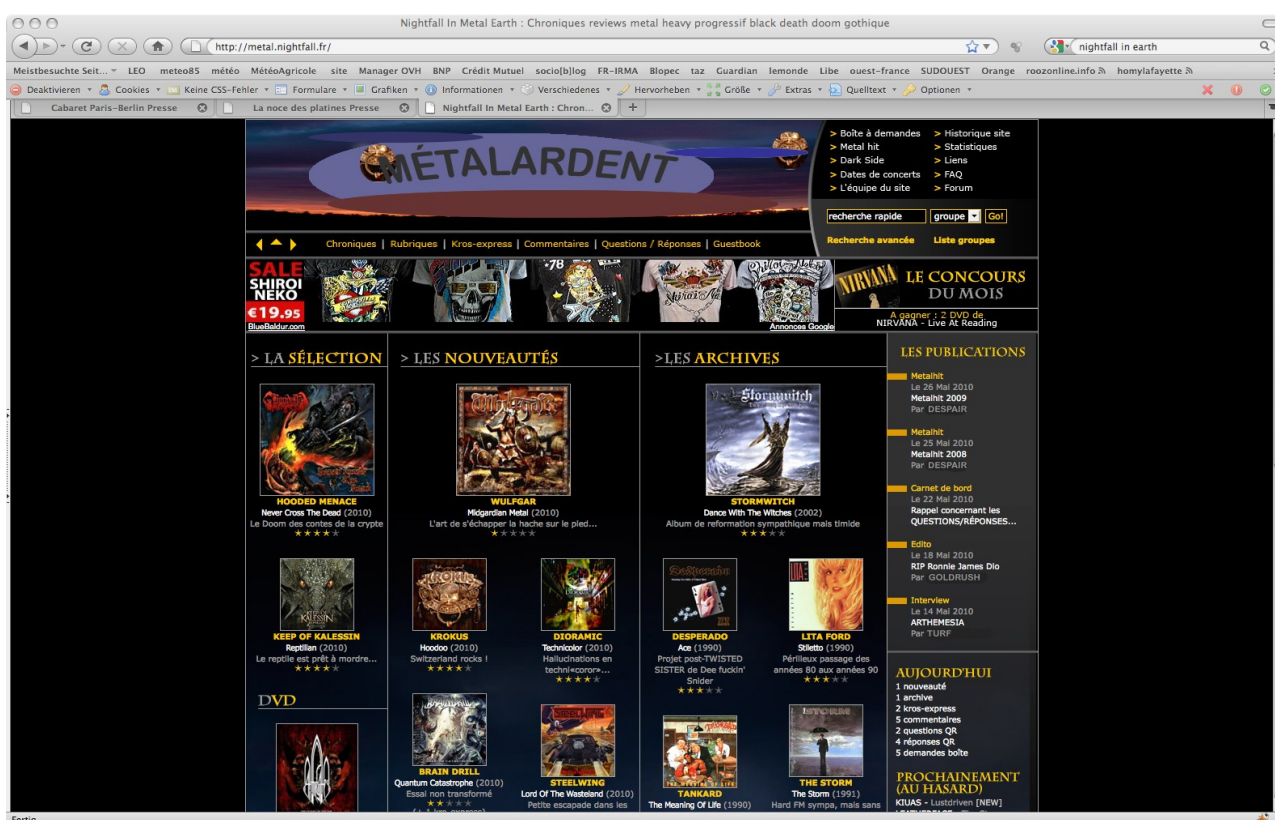
Comme l'indique Jonas, l'actualité s'incarne pour lui essentiellement au travers de disques et il préfère parler d'un disque après sa sortie.

Parallèlement à cette présence marginale de l'actualité culturelle chez les "non networkers", à l'exception de *Autoban* et *Beachblog* aucun de ces blogs ne semble organiser de concerts et c'est sans doute pourquoi cette partie du panel ne collabore pas ou peu avec des agences de presse, des lieux, des festivals et réciproquement que ces derniers les sollicitent peu.

Cette différence de positionnement par rapport à l'actualité culturelle et au "territoire traditionnel" est intéressante en cela qu'elle documente encore un peu plus la différence d'approche entre les "alternatifs" et les "réseauteurs" et, en second lieu, parce qu'elle montre une convergence peu montrée jusqu'à maintenant entre ces mêmes "alternatifs" et les forums/webzines, les blogs d'albums et les forums : la primeur donné aux disques et aux

playlists⁷⁸. Ce goût partagé pour les patrimoines discographiques se décline non seulement par l'exhumation de répertoires oubliés et par la reconstitution de généalogies musicales mais aussi par des processus de remémoration où les blogueurs utilisent les enregistrements pour faire revivre tout à la fois des époques, des moments particuliers de leur propre existence et parler de tout cela avec d'autres. Cet espèce de retrait vis-à-vis de l'actualité culturelle ne signifie d'ailleurs pas que l'influence hors et en ligne de certains de ces plate-formes soit négligeable (on pense par exemple à *Scope* cité par le Monde à propos d'un papier sur la version remasterisée des albums des Beatles et à plusieurs sites du panel -à commencer par *Babel-* qui saluent son rôle pionnier et la qualité de son style) mais que ces plate-formes n'ont pas (ou peu) d'activité en tant que telles hors ligne. Une autre façon de définir les plate-formes qui ont peu d'implications hors ligne serait de dire que leur vocation est principalement *mémorielle*.

Figure 30 : la page d'accueil de *Métalardent* consacrée au chroniques de disques⁷⁹.



Cette page est comme tapissée des pochettes des disques chroniqués. Aucune rubrique ne concerne des concerts à l'exception d'une rubrique dans la partie forum du site (non reproduite ici) où figurent des infos sur des groupes en tournées, des rendez-vous pour se retrouver et quelques compte-rendus de concerts.

78 De ce point de vue, on comprend désormais mieux pourquoi la page Netvibes de Scratch comprend pour l'essentiel des liens vers des blogs d'albums.

79 Capture d'écran réalisée le 29 mai 2010

c) Des pratiques ancrées en Ile de France et en tout premier lieu à Paris

i) Deuxième synthèse

Il n'en reste pas moins que de nombreux exemples ont montré que l'activité de certains membres du panel se déclinait non seulement en ligne mais aussi dans le territoire où ils (elles) habitaient c'est-à-dire en Ile de France et singulièrement à Paris. On s'intéressera ici non seulement à des réunions (concerts auxquels on assiste ou que l'on organise, soirées où l'on se retrouve pour boire un verre) mais aussi à la fréquentation (par exemple pour se documenter) d'autres types de lieux. Ces activités -on se cantonnera ici à la musique- ont fait apparaître :

- Des équipements et des lieux situés en grande majorité à Paris et plus rarement en banlieue : médiathèques, expositions dédiées à la musique, centres culturels et bibliothèques, (de très nombreuses) salles de concerts et de spectacles, institutions publiques dédiées à la musique, stations-radios, cafés et restaurants parisiens "ordinaires" et/ou nocturnes, appartements.
- Au sein de ces lieux se déroulent des rencontres formelles et informelles entre blogueurs et blogueuses, certains membres du panel y consultent des archives et des livres, empruntent de la musique enregistrée, assistent à des spectacles avec ou sans accréditations, réalisent des interviews d'artistes, des reportages photos et sonores, des émissions de radio. D'autre part, ces divers équipements peuvent aussi être utilisés pour organiser (seul ou avec des partenaires) des événements : festivals, concerts, rencontres réunissant des blogueurs et des professionnels. Dans la mesure où cette partie a largement été exposée dans les paragraphes précédents on y reviendra pas en détail.
- En complément de ces deux points, on mentionnera, d'une part, que toutes ces activités déterminent des circulations dans Paris intra muros, de Banlieue(s) à Paris et de Banlieue(s) à Banlieue(s) et, d'autre part, que les communications qui se déroulent entre blogueurs relient des gens qui -dans la grande majorité des cas- bloguent de leur domicile ou déposent des messages sur Facebook et Twitter pendant des déplacements grâce à leurs téléphones mobiles.
- Par ailleurs, ces relations avec le territoire (qu'on entend ici au sens du quadrillage administratif) ne se limitent pas au fait de se rendre dans les lieux mais concernent aussi un grand nombre de messages textuels, visuel, sonores se référant à des événements se déroulant en Ile de France et qui, par conséquent, contribuent à leur visibilité.
- Enfin, on comprend que l'ensemble de ces activités à un certain poids économique, qu'elles génèrent des échanges en numéraire, suscitent des créations d'emplois, des investissements etc. non seulement en ligne (que l'on pense aux bandeaux publicitaires sur les sites, aux sommes acquittées aux fournisseurs d'accès, au travail de mise en page, de gestion des sites etc.) mais aussi dans les différents territoires physiques que je viens d'évoquer à l'instant.

ii) La nature des liens

Pour compléter ce premier inventaire -forcément incomplet- de l'inscription des membres du panel en Ile de France et de leur impact sur ce territoire, nous allons examiner les résultats d'une mesure effectuée en ligne avec le logiciel *Issuecrawler* et qui a déjà été partiellement représentée sur les tableaux 11 et 12. Pour mémoire, le logiciel a inventorié les liens (*la périphérie*) qui étaient au moins cités deux fois sur les 28 blogs d'albums, blogzines et webzines du panel appelé le *noyau*⁸⁰. Le résultat de cette collecte a permis de mettre à jour 81 sites -le *grand réseau*- dont chacune des composantes avait au moins été référencée deux fois y compris les sites du panel répondant à ce critère. Ce tri fait apparaître cinq grandes catégories de liens pointant

- Premièrement vers des blogzines musicaux
- Deuxièmement vers des sites généralistes
- Troisièmement des sites d'artistes
- Quatrièmement, des labels de disques
- Cinquièmement des lieux de spectacles

soit

- **47 blogzines musicaux** comprenant un anglophone, 46 francophones et au sein desquels on trouve 7 blogzines du panel : *Dico, Babel, Ninablog, Scope, Playloud, Handmade, l'Œuf*.

- **11 Sites Internet généralistes** dont un nombre conséquent de sites de partage(s) de données (Myspace, WordPress, Grandcrew, Deezer, Vimeo, Fluctuat, Dailymotion, Allmusic, YouTube, Wikipedia) et une radio (Nova Planet)

- **11 sites d'artistes** comprenant un site français d'artistes vidéo (smahut.com), des groupes ou artistes de rock, folk hip hop et électro anglophones⁸¹ dotés d'une visibilité internationale (Hot Chip, Grizzly Bear, Dark Night Of The Soul, Gorillaz, Vic Chesnutt, Sonic Youth, General Elektriks, Gil Scott Heron, The Fiery Furnaces, Kings of Convenience⁸²

- **3 labels de disques** : un site belge proposant aux internautes de financer directement les disques d'artistes (akamusic.com), un label californien (stonestrow.com) et un label anglais (honestjones.com).

- **9 lieux dédiés (en totalité ou en partie) à la musique** : 5 salles de spectacles parisiennes, le bâtiment d'une fondation d'entreprise et 1 magasin de disques également situés à Paris et 2 festivals se déroulant respectivement en Ile de France et en Espagne.

80 Rappel : sur ces 28 blogs une relation à l'Ile de France a été établie pour 26.

81 Le terme "anglophone" désigne ici des artistes soit s'exprimant en anglais et/ou basés dans un pays anglophone (USA, Grande-Bretagne, Irlande, Australie, Nouvelle Zélande)

82 L'animateur de cette formation est franco-britannique

Tableau n° 14 : liste des liens allant vers des lieux de spectacles dans le “grand réseau”

Nom du lieu	Activités	Ville
Point Éphémère	Spectacles/ Répétitions	Paris 10e arrondissement
La Bellevilloise	Spectacles	Paris 20e arrondissement
La Flèche d'or	Spectacles	Paris 20e arrondissement
La Maroquinerie	Spectacles	Paris 20e arrondissement
Le Glazart	Spectacles	Paris 19e arrondissement
Fondation Cartier	Arts plastiques/Musique	Paris 14e arrondissement
Groundzero	Disquaire	Paris 10e arrondissement
Rock en Seine	Festival	Parc de St Cloud/Hauts de Seine
Fiberfib	Festival	Benicasim/ Espagne

Figure 31 : représentation des diverses entités composant le “grand réseau”. Les lieux parisiens sont représentés en vert

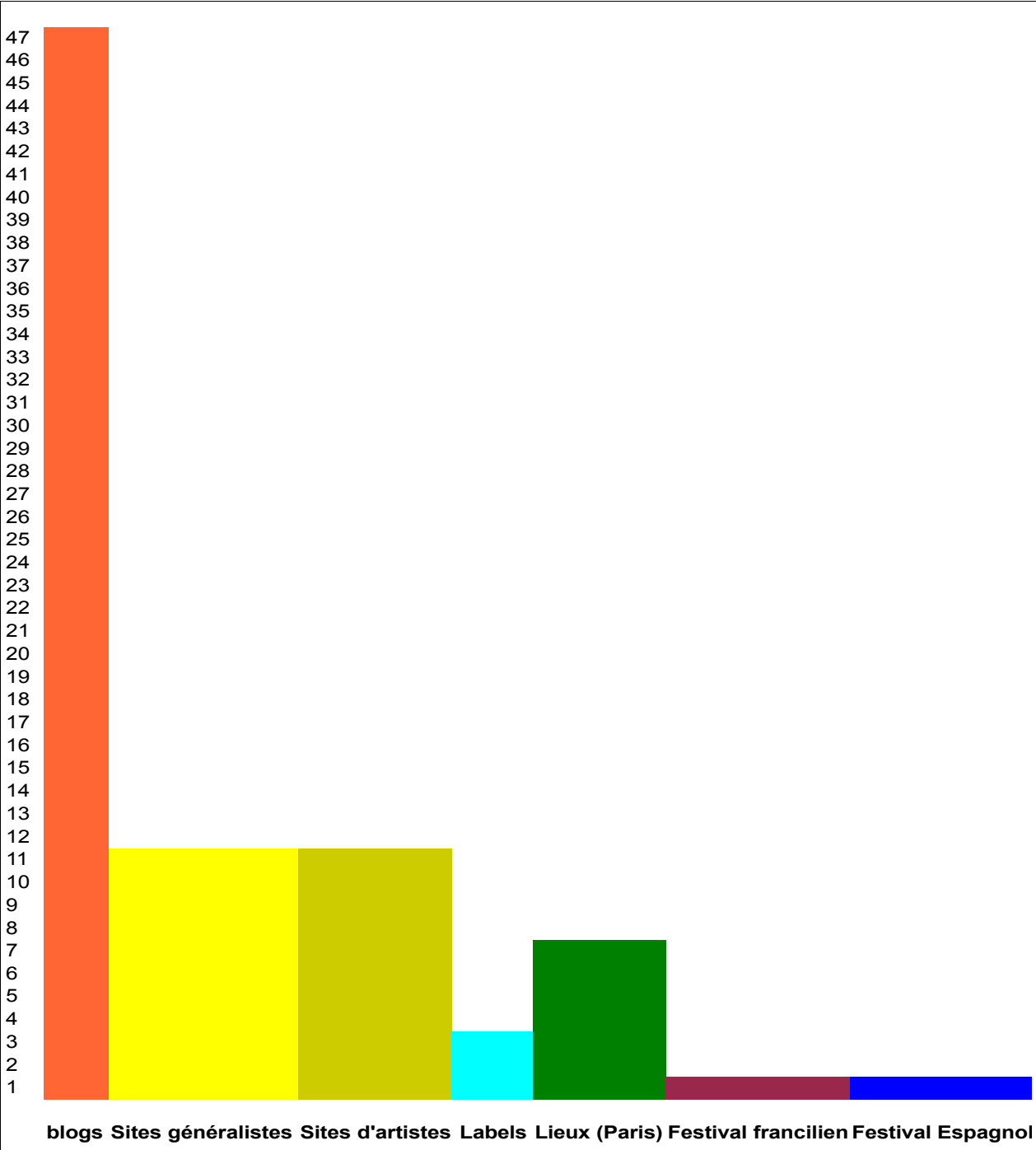
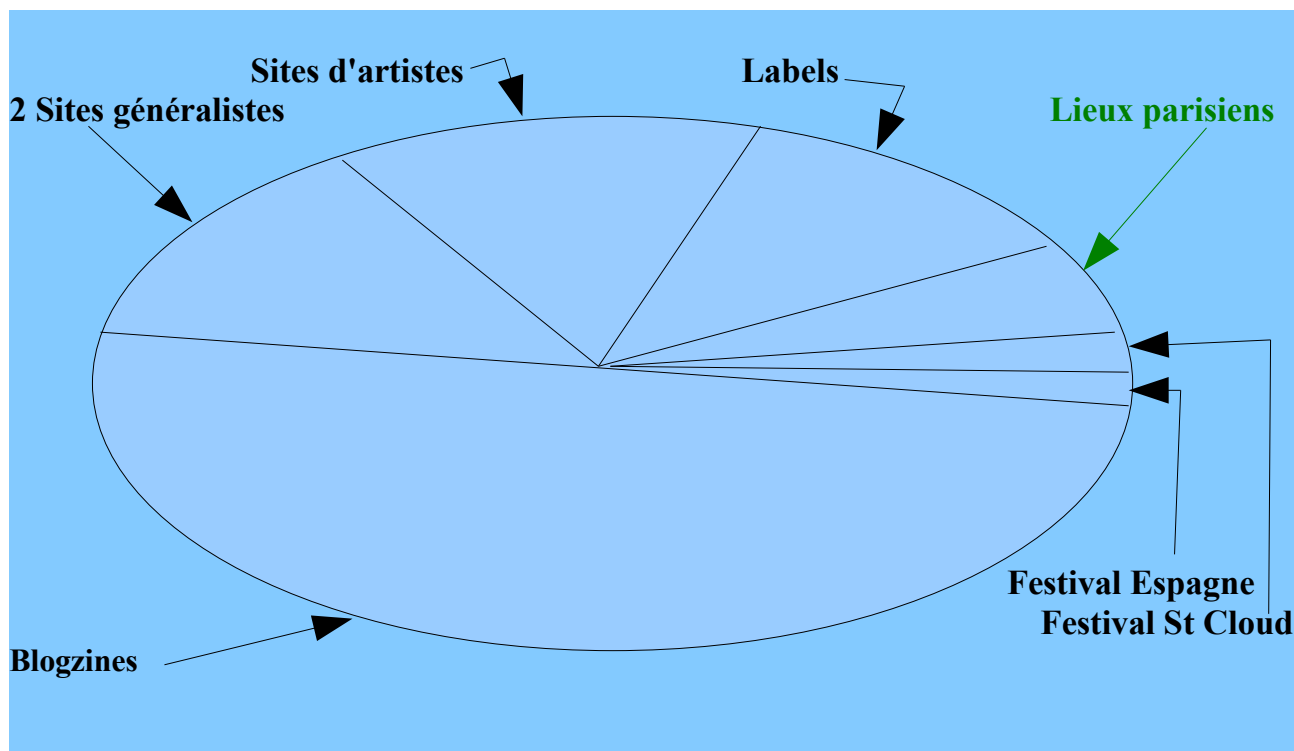


Figure 32 : représentation des différentes parties du “grand réseau” (variante de la figure précédente). Les lieux parisiens sont pointés en vert.



Tachons à présent d'analyser ces données.

Premier constat, l'analyse des liens du “grand réseau” allant vers des sites confirme la force de ce que l'on appellera les “blogs leaders” du panel. *Dico* est ainsi cité 31 fois par les 81 sites du “grand réseau”, *Babel* 28 fois, *Nina* 25 fois, *Scope* 22 fois, *Playloud* et *Handmade* 15 fois, *l'Œuf* 12 fois. On ne s'étonnera pas outre mesure de ces résultats puisque on a déjà vu à maintes reprises que ces plate-formes agissaient souvent en éclaireurs (de par leur activité, leur longévité, leur capacité d'innovation et leur aptitude à fédérer d'autres sites) et que leur important volume d'activité contribuait d'autant plus à les faire émerger.

Deuxième constat, les leaders se répartissent pratiquement à parité entre “réseauteurs” et “alternatifs”. Ce point est intéressant en cela qu'il confirme que ceux qui investissent peu ou pas du tout le terrain de l'actualité culturelle et ne se déploient pas hors ligne sont également capables d'exercer une influence notable vis de leurs pairs et par conséquent d'être cités au delà de leur propre cercle.

Troisième constat, les blogs d'albums sont -comme à l'accoutumée- confinés dans leurs espace propre et conséquemment absents des liens proposés par les composantes du “grand réseau”. Comme l'enquête l'a démontrée cela ne signifie forcément pas que les autres membres du panel ne les connaissent pas mais plutôt qu'ils les utilisent plus comme des ressources que comme des partenaires que l'on recommanderait aux visiteurs.

Quatrième constat, la structure des liens sortants du “grand réseau” montre une répartition assez intéressante : les autres blogzines y occupent plus de la moitié de l'espace et sont suivis de près par des sites/ressources tels que MySpace, YouTube, Vimeo, Wikipédia etc.. Sans surprise les deux autres catégories de sites sont constituées d'artistes et de labels, ce qui semble assez normal dans un monde passionné de musique(s). Toutefois, environ 1/5e de l'espace est dédié à des lieux où se déroulent des concerts ou bien où l'on vend des disques et -chose à souligner en gras- *ces lieux sont presque tous situés à Paris*. En somme, la structure des liens du “grand réseau” confirme l'idée d'une continuité entre Net et monde hors ligne, entre l'espace numérique tissé par la blogosphère et celui où ses acteurs pratiquent, organisent ou écoutent de la musique. De ce point de vue, ces “résultats” (les guillemets indiquant qu'on doit moins considérer ces données comme représentant le réel que comme des indicateurs permettant d'y réfléchir) montrent que *la centralité parisienne s'exerce aussi en ligne* ou tout du moins au sein de la portion de blogosphère musicale que j'ai étudiée. Si, certains membres du panel ont mentionné leur intérêt pour des lieux de concerts situés en banlieue et le fait qu'ils rendaient compte de ce qui s'y déroulait sur leurs blogzines, si plusieurs se rendent dans des festivals en dehors de Paris, voire, à la façon de *Babel* y transposent leurs activités, c'est bien *principalement* à Paris même que les membres du panel parisiens et banlieusards font du DJaying, se rencontrent, vont voir des spectacles, se donnent rendez-vous, retrouvent des “provinciaux”, discutent avec des professionnels et bien entendu organisent leurs propres manifestations. Certains membres du panel expliquent cette centralité par la nécessité de se fixer un périmètre.

Pénélope (blogzine *Handmade*) : “La seule chose qui est régulière sur mon blog, c’est l’agenda concerts qui sort tous les mois, parisien parce que sinon on s’en sort pas et assez sélectif aussi. Enfin, qui est juste un choix de mes goûts et de ce que j’aimerais voir moi à Paris et que je suggère aux autres.

FR : Pourquoi est-ce que vous dites "parisien sinon on s’en sort pas ?”

Pénélope : Parce qu’il y a une proposition de concerts qui est, déjà rien qu’à Paris... Moi je sais que je passe des heures à faire cette sélection, si je devais faire un agenda qui court sur toute la France, je pense que ça serait....

FR : Et quand vous dites parisien c’est francilien ou uniquement Paris intra muros ?

Pénélope : Paris intra muros sauf vraiment grande exception, euh, un artiste (...) peu connu qui passe en banlieue, mais c’est rare”

Pour Frank, la capacité d'attraction de la capitale est évidente dans la mesure où Paris est actuellement (ce qu’il n’était pas auparavant) un carrefour où se passent des choses essentielles. Ce faisant, Frank rend compte de ce bouillonnement parisien et se situe d'autant plus volontiers dans ce cadre que les événements qui s'y déroulent ont leur place dans son projet éditorial.

FR : “Est-ce que vous vous définissez comme un blog Parisien, francilien ?

Franck : Oui dans la mesure où je parle pas mal de concerts. (...) C’est presque récent que la scène parisienne soit aussi intéressante quoi. Historiquement c’est plus les scènes extra-parisiennes qui ont été intéressantes, sur la durée en tout cas, c’est plus par intermittence, depuis dix ans ça monte, ça monte, vraiment Paris et la France en tout cas depuis trois, quatre ans, n’ont plus rien à envier à personne. Même pas à Brooklyn, Londres, c’est assez hallucinant, mais heu, mais Parisien oui. ”

En agglomérant ces éléments aux données partielles qui ont été recueillies à partir de ce "grand réseau", il semble bien alors que la présence du Point Éphémère, de la Bellevilloise, de la Flèche d'Or, de la Maroquinerie, du Glazart, de la Fondation Cartier et du disquaire Ground Zéro soit pour le coup relativement représentative (même si certainement pas exhaustive) de la centralité de la capitale dans les pratiques qui sont étudiées ici.

Cinquième et dernier constat. En plus de nous confirmer qu'il existe bien une continuité entre le Net et l'Ile de France, la structure des liens du grand réseau met aussi à jour la domination sans partage de deux entités qui, par ailleurs, cohabitent ; *le rock* et les courants qui l'ont suivi (techno et hip hop) et *la langue française*. En effet, les 47 blogzines que *Issuecrawler* a trouvé s'expriment (à une exception près) tous en français et ces mêmes blogs parlent -presque tous- de musique populaire anglophone (c'est-à-dire chantée en anglais et/ou issue de pays anglophones). Intéressant aller retour là aussi entre des espaces que l'on présente fréquemment comme antithétiques et dont la polysémie évoque, une fois encore, la presse française rock qui écrit en français à propos de musiques en grande majorité anglophones.

d) Un monde en voie de professionnalisation ?

i) La dimension amateur(e)

Arrivé à ce moment de la description du premier panel, on est en droit de se demander si une partie des membres du panel est engagée dans un processus de professionnalisation. On sait en effet que lorsque un nouveau monde émerge, réussit à fédérer une audience et à se structurer (ce qui -bien qu'à des degrés divers- est manifestement le cas), il n'est pas rare que certains des acteurs de ce monde veuillent faire de leur passion un métier. La question paraît d'autant plus pertinente qu'on a vu qu'une partie de ce nouveau monde exerçait d'ores et déjà une attraction sur les professionnels (presse écrite et audiovisuelle, artistes, producteurs, agences, festivals, salles de spectacles, labels), qu'il avait même soutenu la création d'agences de communication spécialisées et qu'il lui arrivait de devenir entrepreneur de spectacles. En bref, une certaine partie de la blogosphère musicale (s'est insérée dans l'économie de la musique. Ce faisant, l'activité des blogzines et webzines pourrait-elle générer des revenus suffisants pour faire vivre certains de ses animateurs (trices) ou, pour le dire autrement, peut-on discerner au sein du panel des personnes qui seraient en train de passer du hobby à un métier ? À ces questions, la plupart des membres du panel ont répondu négativement y compris des personnes qui aspireraient effectivement à "ne faire que ça". Ainsi Mathias rédacteur en chef de *Classika*, actuellement professeur certifié de musique en collège et lycée à Paris, qui pense tout au plus pouvoir s'appuyer sur son expérience pour se reconverter.

Mathias : "(...) Je considère *Classika* et son développement à l'égal d'un travail pro de journalisme : ligne éditoriale, sérieux de la publication, reconnaissance extérieure, tout le prouve. (...)

FR : Vous parlez de boulot. Vous voyez cette activité comme un pont vers une conversion vers le journalisme musical à plein temps ?

Mathias : Oui, du moins vers une accession à un boulot dans le secteur culture. Le journalisme musical à temps plein, ça n'existe (malheureusement) plus. ”

Même type de constat pour Andy du webzine *IndéActu* dont on rappelle qu'il travaille comme secrétaire de rédaction dans un journal d'informations locales à Paris.

Andy : “ C’est quelque chose que je fais en amateur faute de vraiment pouvoir en vivre mais si je pouvais vivre en écrivant sur la musique et en allant interviewer des groupes et en allant voir des concerts, je serais ravi. Mais, il y a aussi une autre activité que je fais de manière très sporadique qui est de passer de la musique dans des bars des choses comme ça. Et c’est pareil si je pouvais être payé pour le faire, parfois je suis un tout petit peu payé mais... Le faire sur une base régulière et en vivre pourquoi pas ? En même temps, d’une certaine manière c’est plus logique d’être bénévole pour ça.”

De fait, de nombreux membres du panel -y compris ceux et celles que l'on classerait plutôt du côté des “networkers”- insistent sur la dimension fondamentalement amateur(e) de leur activité. Voici par exemple l'extrait d'un courriel que Patrick m'envoie, après avoir relu la transcription de notre entretien, et qui concerne justement à la nature de son investissement dans le blogging.

Patrick (blogzines *Dico* et ...): “Si je continue de vouloir organiser des événements 'fédérateurs' au niveau de la blogosphère, je ne souhaite plus du tout être mis en avant. Je ne veux pas que les choses prennent plus d'importance, *je veux surtout que cela reste une passion et m'éloigner le plus possible de toutes contraintes professionnelles*. A bien des égards, j'essaie de me faire discret aujourd'hui. *Ca doit rester un hobby, je ne suis pas journaliste professionnel et je ne veux pas devoir assumer une notoriété plus forte. Les choses me vont bien comme elles sont.*” (c'est moi qui souligne)

Patrick ne souhaite donc pas devenir un professionnel. Son emploi du terme “pro” pour caractériser le layout de son blog, ses références à des stratégies de communication à propos du *Top des blogueurs*, ses initiatives pour structurer la blogosphère et même le blog (qui lui apporte une petite rémunération) qu'il tient pour la fondation d'une marque d'alcool dédiée à la musique, toutes ces activités s'inscrivent plutôt dans une passion que dans un mouvement de reconversion vers un nouveau métier. D'une façon qui me semble assez représentative du panel Patrick complète d'ailleurs son propos ainsi.

Patrick : “Au niveau des disques que je critique, il s'agit de moins en moins d'albums reçus par les labels (voir quasiment plus). Aujourd'hui, j'essaie de me focaliser sur mes découvertes réalisées au hasard de mes pérégrinations sur le Net. (...) J'écris vraiment que pour moi et mes quelques lecteurs et je ne cherche plus à être bien référencé. Je ne publie plus de textes ailleurs que sur *Dico* et le site de la marque *(il s'agit de l'autre blog de Patrick FR)* . J'évite de me disperser.”

Comme Andy plus haut, Patrick exprime une idée très présente dans le panel à savoir que l'amateurisme garantit l'intégrité et l'indépendance des prescriptions des blogueurs. De ce point de vue, on doit probablement moins interpréter l'activité foisonnante des membres du panel les plus actifs (“networkers”, “alternatifs” ou “indépendants”) comme une stratégie de professionnalisation que comme l'expression concrète des motivations que l'étude a montré : amour de la musique et de l'écriture, plaisir de la convivialité, passion du débat et des idées, souci de reconnaissance. Dans cette même perspective, on peut considérer que les divers regroupements de blogzines et webzines (je parle ici de ceux que les acteurs opèrent eux-mêmes et non pas des catégories que j'ai forgés pour décrire ces processus) peuvent permettre aux divers composantes de la blogosphère musicale de négocier avec plus d'assurance avec leurs partenaires professionnels des règles de fonctionnement et par là mieux garantir leur indépendance éditoriale. L'apparition de classements de blogueurs ou

encore d'une proposition de charte régissant les rapports entre blogueurs et labels de disques corroborent d'ailleurs cette analyse.

Du côté des blogueurs d'albums, qui, rappelons-le, publient sous couvert d'anonymat, la question de leur professionnalisation ou même des rapports avec les professionnels ne semble pas se poser. De même, les (membres de) forums où la recherche de convivialité et le partage priment, semblent totalement extérieurs à une telle perspective.

ii) Le blogging espace d'expression

Cela étant dit, il est intéressant de remarquer que nombre des membres du panel exercent une activité professionnelle -ou dans le cas des plus jeunes s'y destinent- ayant une relation avec l'une des composantes du blogging. Le tableau n°15 ci-dessous montre que pour 17 des 25 des membres du panel on peut établir au moins un point commun entre leur activité professionnelle et le blogging⁸³. Si l'on rajoute à cela que ceux et celles pour lesquels on ne trouve pas de relation directe entre leur métier et leur profession ont néanmoins indiqué avoir eu un passé "d'écriture" (Bertrand, Isabelle, Patrick, Scratch), qui une passion musicale précoce, qui une activité dans une radio (Isabelle Scratch, Véza) qui une pratique instrumentale ou du DJaying (Carmen, Michel, Bertrand, Scratch, Pierre, Francis, Véza, Alexandre, Andy), on comprend que *le blogging perpétue d'une autre façon une activité déjà amorcée auparavant*.

Tableau n° 15 : relation entre l'activité professionnelle et les composantes du blogging

Type de site	Personne interâge	Profession	Composante	Composante
1 blog album	Krüger	50 Informaticien	Informatique	
2 blog album	Laurent	33 Web designer	Informatique	Graphisme
3 blog album	Francis	- Relations publiques	Communication	
4 blog album	Pierre	26 Illustrateur musical	Communication	Musique
5 blog album	Duno	- Cadre commercial		
6 webzine	Rolf	37 Responsable éditorial médias	Communication	Médias/Web
7 webzine	Andy	34 Secrétaire de rédaction	Journalisme	Médias/Web
8 webzine	Mathias	35 Enseignant (musique)	Musique	
9 webzine	Alexandre	30 Dir. adjoint de magasin		
10 blogzine	Franck	35 Archiviste		
11 blogzine	Nina	20 Étudiante Economie et Management	Communication	
12 blogzine	Jonas	39 Éditeur free lance	Édition	
13 blogzine	Poc	36 Musicologue	Musique	
14 blogzine	Patrick	28 Cadre commercial à la Poste		
15 blogzine	Carmen	28 Relations publiques	Communication	Musique
16 blogzine	Carl	37 Consultant en informatique	Informatique	
17 blogzine	Isabelle	24 Chargée projet environnement		
18 blogzine	Michel	49 Responsable marchés La Poste		
19 blogzine	Veza	21 Étudiante médiation culturelle	Communication	Musique
20 blogzine	Scratch	36 Sociologue		
21 blogzine	Luc	49 Contrôleur de gestion		
22 blogzine	Pénélope	25 Relations publiques	Communication	Médias/Web
23 forum	Bertrand	46 Auto entrepreneur/spectacles	Musique	Spectacles
24 forum	Frédéric	49 collaborateur d'élus		
25 forum	Krüger	22 Informaticien	Informatique	
26 forum/webzine	Kevin	23 Journaliste sportif	Journalisme	

83 Arnaud, journaliste professionnel, n'est pas pris en compte dans ce tableau

Par ailleurs, le fait que Carmen et Pénélope continuent de bloguer en parallèle à une activité de promotion/relation publique sur la Toile, que Kevin (journaliste sportif et membre du forum/webzine *Metalardent* où il écrit des chroniques de disques) ou Pierre (qui travaille dans l'illustration musicale et anime pas moins de trois blogs d'albums consacrés notamment à cette thématique), Rolf (responsable des contenus éditoriaux sur le Net d'un groupe de presse et responsable du webzine *GéantsVerts*) pratiquent en ligne une activité proche de leur "vrai" métier semble confirmer l'hypothèse que le blogging s'apparente plus à un espace de liberté et de convivialité *parallèle* qu'à un tremplin vers un (nouvel) emploi. Écoutons Rolf décrire ses motivations.

FR : "Pourquoi ce blog maintenant dans la forme où il est pour quelqu'un qui est un professionnel et qui passe son temps à penser du contenu en ligne ? Qu'est-ce que ça t'apporte ?

Rolf : Ce que moi ça m'apporte ou ce que ça apporte aux autres ?

FR : Non, non à toi.

Rolf : À moi toujours du plaisir. J'ai toujours dit, il y a une notion importante que je souhaite souligner : c'est un site de grands copains. De copains plus copains c'est un peu le côté Facebook, parce que des gens sont venus se greffer que je ne connaissais pas, mais c'est... Toute aventure professionnelle ou toute aventure dans la vie où on rencontre des gens que l'on ne connaît pas... C'est le principe et après on devient amis ou pas. Ben, c'est ça en fait maintenant : il y a trente neuf chroniqueurs, des gens que j'apprécie, parce que j'apprécie leur travail, leur énergie à donner, parce qu'*il faut savoir que tous ces gens ne sont pas rémunérés si ce n'est du plaisir et que chacun y trouve son compte*. Donc, ça c'est la première force que, moi, je trouve assez magnifique et je pense qu'à l'heure actuelle sur Internet en France, il n'existe pas, pour regarder un peu la concurrence, même si là encore on parle de concurrence quand il y a de l'argent, mais en regardant ce qui se fait à côté je suis assez fier d'avoir réussi un blog multi-auteurs, multi-chroniqueurs, heu, avec une audience pour eux, parce qu'elle est pour eux. L'audience, comme j'écris peu, elle est pour eux, ça c'est un bel exercice et ça prouve que justement tout l'intérêt pour les gens qui viennent et bien il y a une vraie demande dans un contenu où les gens viennent faire une sorte de picking, piocher ce qui les intéresse." (C'est moi qui souligne)

iii) Le blogging, une passerelle possible vers les métiers de la médiation culturelle ?

Toutefois, même si à l'exception d'Arnaud (journaliste culturel professionnel travaillant au sein du webzine *Pressbutton*) et de Mathias (qui revendique la dimension professionnelle de son webzine), nombre des membres du panel bloguent résolument en amateurs -expression que l'on entend ici au sens d'une activité intense- quelques membres du panel s'orientent effectivement vers un métier lié -en totalité ou en partie- au blogging.

Examinons d'abord le cas de deux des blogzineuses du panel déjà mentionnées il y a un instant. D'abord Carmen du blogzine *Petula* dont on rappellera qu'elle avait commencé à bloguer pour, d'une part, promouvoir son propre groupe de rock et, d'autre part, parce qu'elle pensait, contrairement à la responsable de l'agence de communication où elle travaillait, que le monde des blogs et des réseaux sociaux allait devenir un acteur important. Effectivement, au moment où j'ai réalisé un entretien avec Carmen (fin 2009) celle-ci était en train de fonder une agence de communication (dotée d'un site) et de transformer son blogzine en webzine.

Carmen : "Je crée ma propre boîte en ce moment. Je crée mon agence community management et social media marketing.

FR : C'est une agence de com sur le Net ?

Carmen : Oui. Justement moi aussi je m'intéresse à tout ce qui est forums, blogs, groupes sur les réseaux sociaux tout ça (...), du coup je viens d'ouvrir un blog pour mon agence (...). Et là c'est un blog plus professionnel où j'aborde les questions sur le Net, stratégies...

FR : Vous avez fait une formation ? Vous avez fait des études ?

Carmen : Oui, alors, je suis diplômée du Celsa donc une école de communication⁸⁴, même si le Web n'était pas du tout prédominant. C'est plus dans mon usage personnel et mes expériences professionnelles que le Web est devenu une évidence pour moi et une passion finalement."

Autre cas de figure, Pénélope qui outre collaborer à *Babel*, tient son propre blogzine *Handmade*. Celle-ci travaille à temps partiel (environ une journée par semaine) pour un petit label tout en continuant à bloguer pour son propre compte. On a également vu plus haut que Pénélope s'occupait de la promotion des concerts organisés par *Babel* dans une salle de concerts parisienne. Un peu à la façon de Carmen, Pénélope a fait des études orientées vers la communication et la culture.

FR : "Vous avez une profession ?

Pénélope : Je travaille dans la musique, je fais de la promotion musicale en fait, plutôt axée sur le Web.

FR : Dans quel cadre ?

Pénélope : C'est-à-dire ? Dans le cadre d'un label, c'est ça la question ? Je travaille spécialement pour un label, un petit peu pour une salle de concerts aussi mais c'est beaucoup moins formel. (...) Alors le label (...) c'est assez officiel, je m'occupe de leur promo web et la salle de concert en l'occurrence c'est le Scopitone qui est cette nouvelle salle qui a été ouverte à l'ancien endroit du Paris-Paris (...)

FR : Vous faites ça depuis combien de temps le label ?

Pénélope : J'ai été diplômé en 2005, j'ai commencé à faire des stages dans le milieu en 2002, donc depuis voilà, je suis dans le milieu musical.

FR : Vous avez fait quoi comme études ?

Pénélope : J'ai fait de la médiation culturelle.

FR : À quel endroit ?

Pénélope : À Paris, dans une école qui s'appelle l'Icar qui est un sous-groupe de l'Efap, l'école d'attachés-es de presse⁸⁵."

Qu'il s'agisse de Carmen ou de Pénélope, tant le choix de s'orienter vers les relations publiques et la communication que le blogging semblent participer d'une même passion pour la musique. En choisissant, cette voie Carmen et Pénélope font le pari de transformer leur passion (rappelons que Carmen joue dans un groupe de rock) un métier. De ce point de vue, le blogging semble moins constituer une passerelle vers un emploi qu'une activité que l'on veut pratiquer en parallèle à une activité professionnelle menée à temps plein ou partiel, hypothèse qui semble confirmée par le fait que chacune de ces deux blogzineuses mène de

84 Celsa : École des hautes études en sciences de l'information et de la communication basée à Neuilly Sur Seine (92) et affiliée à l'Université Sorbonne Paris IV

85 École dont la succursale parisienne se trouve à Paris dans le 8e arrondissement

front son métier et son propre blog.

Par ailleurs, il faut noter que, même s'ils ne l'avaient pas pensé ainsi, le blogging a permis à certains membres du panel de saisir ce que l'on pourrait appeler des opportunités professionnelles. On se rappelle ainsi que Bertrand a pu faire valoir son expérience de chroniqueur de disque dans *Autoban* pour être recruté -temporairement- dans un magazine en ligne consacré aux nouvelles technologies. De même, Véza qui a mobilisé des compétences acquises sur la Toile à l'occasion de stages effectués durant ses études.

FR : “Est-ce que vous avez l'impression concrètement que l'usage des blogs, le fait d'avoir baigné dans la musique, vous aide dans vos études ou pas ?

Véza : Je n'ai pas l'impression qu'y ait trop de rapports directs, parce que comme je vous l'ai dit, j'ai pas trouvé de stages dans la musique tout ça. Donc pour l'instant ça m'a pas trop apporté au niveau professionnel, on va dire.

FR : Vous avez fait des stages, dans quels types de branches ?

Véza : Alors j'ai fait dans une association dans le 20e qui était surtout axée autour de la lecture en fait et des jeunes plus ou moins défavorisés, parce que c'était le quartier St Blaise (*quartier situé dans 20e arrondissement de Paris et que Véza semble considérer comme une zone défavorisée* FR) tout ça... (...) Donc là j'étais, j'ai fait un atelier avec des enfants, de sculpture, soit avec des matériaux de récupération tout ça, *je me suis occupée de leur blog tout ça qui était sur Overblog, donc j'ai géré ça pendant un an à peu près.*

FR : Alors qu'est ce que vous faisiez ?

Véza : Je faisais la mise à jour du blog, donc les nouveaux articles, j'essayais d'insérer des nouveaux heu.

FR : Des articles ?

Véza : Ils venaient de l'association ouais. Moi, je faisais que les mettre en ligne.

FR : Vous étiez webmistress quoi ?

Véza : Ouais voilà, en quelque sorte c'était ça. J'essayais d'insérer parfois des nouveaux moyens par exemple pour écouter quelque chose, pour pouvoir écouter un petit texte ou on a fait aussi une galerie, parce qu'il y avait des peintres, des photographes tout ça qui étaient associés à l'association, donc j'avais mis en place des galeries sur le Web pour ces artistes-là. Et après j'ai fait un autre stage au Troisième Pôle (*une agence qui conçoit des projets culturels basée dans le Val de Marne à Arcueil* FR) donc heu, je faisais des produits culturels où là j'ai travaillé sur un cirque contemporain dans le 18e, dans un quartier défavorisé encore une fois (...) Et moi je faisais un peu de tout d'ailleurs, de la com' dans le quartier, jusqu'à accueillir les artistes et être aussi dans les bureaux à faire de l'ordinateur, à faire de la communication par Internet. Appeler les partenaires tout ça, donc là c'était plus de la com' ouais.

FR : Et là vous avez l'impression que l'utilisation du blog, pendant quelques années, vous a aidé ?

Véza : Pour ce stage-là, non, sauf si, pour la mise à jour du blog de l'association, ben là clairement ça m'a aidé vu que je connaissais très bien la plate-forme et le système de fonctionnement là ouais, ça m'a beaucoup aidé.” (c'est moi qui souligne)

Comme le montre la discussion avec Véza, bien qu'elle ne semble pas avoir mis spontanément en avant son expérience du blogging celle-ci lui a régulièrement servi à faire valoir ses compétences. Sachant que Véza a étudié la “médiation culturelle” à l'Université, c'est-à-dire qu'elle se destine à exercer un métier dédié à la mise en valeur du travail

artistique, on peut imaginer que son expérience de blogueuse lui sera régulièrement utile dans sa future vie professionnelle.

En résumé, les expériences respectives de Carmen, Pénélope, Véza et Bertrand (qui lui aussi a étudié la médiation culturelle à l'Université et s'orientait au moment de l'entretien vers la création d'une entreprise dédiée à l'enregistrement de concerts) montrent que le blogging peut effectivement constituer un *atout* pour des personnes qui souhaitent travailler dans les filières culturelles. Dans cette perspective et si l'essor de la blogosphère musicale se poursuit, on peut imaginer que certains de ces acteurs (trices) pourraient mettre au service de professionnels leur connaissance de ce monde.

iv) Des blogs amateurs dans un environnement professionnel

Ce qui a été dit sur la dimension essentiellement amateur(e) des pratiques étudiées lors de cette enquête ne doit cependant pas faire oublier le très fort investissement de la plupart des membres du panel. Pour mémoire, cet investissement s'exprime notamment au travers du temps passé à bloguer, de la régularité des messages, de la présence à de nombreux endroits du Net et sur le nombre plus que conséquent d'initiatives en et hors ligne⁸⁶. Toujours est-il que lorsque l'on examine ce foisonnement d'activités, on peut considérer que bien des membres du panel se livrent quasi quotidiennement à *un véritable travail*, le mot "travail" étant entendu ici au sens d'une activité impliquant des obligations, des collaborations, une organisation adéquate, une continuité, une régularité, l'acquisition de compétences, la capacité à répondre à des besoins et de fidéliser une audience dans un univers fortement concurrentiel. Pour conforter cette proposition, on rappellera que de nombreux membres du panel ont acquis des avantages (accréditations pour des spectacles et des expositions, sollicitations par des agences, des labels et des salles etc.) et une influence (lectorat, citations par la presse, référencement par des sites de marketing en ligne, présence sur la Toile) comparables à ceux normalement accordés aux prescripteurs professionnels et à leurs structures. Ces mêmes professionnels qui -pour un certain nombre d'entre eux- engagent des agences spécialisées pour mobiliser des blogs à leur profit. Si l'on considère le degré d'activité de la plupart des blogs de ce panel, l'immersion d'un certain nombre d'entre eux dans le monde professionnel et leur attachement à l'amateurisme, il semble bien que l'expression *pro-Ams* (professionnels-amateurs) forgée par Chris Anderson rende bien compte de l'activité de ces nouveaux prescripteurs⁸⁷. Conséquemment, on peut alors considérer la portion de blogosphère musicale à laquelle cette étude s'est intéressée comme *une sorte de monde professionnel sans professionnels*, un univers où l'on exerce un deuxième métier et dont les "rémunérations" consistent en la reconnaissance par les pairs, le monde professionnel musical (pour ceux qui s'y frottent) et les internautes d'une compétence : en d'autres mots l'acquisition d'une *réputation*.

86 Du reste, les blogueurs (euses) du panel qui durent sont d'ailleurs ceux et celles qui sont capables de faire valoir une expertise particulière, de bloguer le plus régulièrement possible et abondamment.

87 Avec ce terme de pro-Am, Chris Anderson désigne les nouveaux prescripteurs amateurs (et notamment les blogueurs) qui concourent de façon décisive à des activités professionnelles.

Voir son blog http://longtail.typepad.com/the_long_tail/2005/01/the_proam_revol.html et son livre **Chris Anderson** *La longue traîne*. Village mondial. Paris, 2007. Je remercie Nicolas Auray de m'avoir parlé de cet ouvrage

IV CONCLUSION

1 Les contours de la blogosphère musicale

a) Deux hypothèses

Au moment où j'ai débuté cette recherche, j'avais formulé deux hypothèses cardinales.

-Premièrement, le fait que, dans le sillage de la numérisation de la musique, d'une part, et du développement des plate-formes expressives de type blogs sur le Web, d'autre part, de nouvelles formes d'expertise(s) et de prescription(s) de musique(s) étaient en train d'éclorre et de s'affirmer.

-Deuxièmement, que ces pratiques étaient susceptibles d'affecter -au moins partiellement- le monopole des prescripteurs professionnels et les politiques culturelles menées aux différents niveaux de l'État.

Pour mesurer l'éventuel impact hors ligne du blogging, j'ai donc mené une étude sur l'activité de blogs ayant une relation avec l'Ile de France.

L'enquête montre la validité de ces postulats. Après s'être intéressé aux diverses façons dont les membres du panel en étaient venus à bloguer, on a vu comment ils et elles avaient adopté différents types de plate-formes, acquis un savoir faire et -à des degrés divers- conquis une audience sur la Toile. Chemin faisant, les observations menées sur le Web, les données quantitatives recueillies grâce aux logiciels et les entretiens ont permis de documenter les convergences ainsi que les divergences qui s'affirmaient, les formes spécifiques de sociabilité en et hors ligne, la (ou l'absence de) relation avec le monde professionnel musical et le degré d'implication en Ile de France et en particulier à Paris. En ce qui concerne la relation aux professionnels de la musique, nous avons découvert des agences spécialisées dans le marketing en ligne et les blogs et de nombreuses connexions avec des salles de spectacles à Paris et, plus marginalement, en banlieue. Par ailleurs, nous avons constaté que certaines plate-formes du panel se transformaient parfois en entrepreneurs de spectacles, devenant de véritables acteurs de la scène musicale parisienne. À partir de là, il semble avéré qu'on soit en face d'une nouvelle expertise s'exerçant de façon comparable à celle des prescripteurs professionnels et qui investit même le terrain par excellence de la politique culturelle, les concerts. Partant de ces constats, les paragraphes suivants proposent des synthèses et des pistes de réflexion.

b) La blogosphère musicale : communauté ou société ?

Depuis quelques années, il est d'usage de désigner le monde des blogs par l'expression générique de "blogosphère". Comme le remarque l'article en français de Wikipédia dédié à ce mot, on accole souvent à ce premier terme un adjectif (musicale, francophone, politique etc.)⁸⁸ afin de décrire un ensemble thématique de blogs. Si l'on ne saurait considérer le panel de cette étude comme une représentation en miniature de la "blogosphère musicale", les données de cette étude permettent néanmoins de se faire une idée de ses composantes et de ses contours.

Lorsque l'on se réfère aux plate-formes étudiées ici et aux personnes rencontrées lors de cette recherche, on constate tout à la fois une très grande diversité dans la façon d'aborder la musique (variété des plate-formes et des interfaces, des formes d'expertise, des choses

⁸⁸ <http://fr.wikipedia.org/wiki/Blogosph%C3%A8re> (article consulté le 23 juin 2010)

prescrites, des langages employés, des rythmes de publication) et des points communs (par exemple l'amour de la musique, le goût pour les échanges, le besoin d'écrire, l'intérêt pour le rock et ses dérivés, etc.). L'observation au jour le jour de ce monde montre que malgré les désaccords, les échanges entre une série de blogueurs et de blogueuses sont fréquents et assez bien régulés. Pratiquement chaque jour, des “networkers”, “alternatifs” et membres de forums/webzines se côtoient en ligne (notamment via des pages de commentaires, Facebook et Twitter) *et* à Paris alors même qu'ils (elles) ne partagent pas nécessairement les mêmes points de vue ni les mêmes façons de faire. Toutefois, cet ensemble n'est pas pour autant exempt de cloisonnements, de gens qui n'ont pas de contacts, ne s'écoulent pas (notamment sur Twitter) ou ne se connaissent tout simplement pas. Dans un même ordre d'idées, on se rappelle qu'au sein des plate-formes collectives on trouve des cloisons étanches (ex. les adresses email réservées aux responsables de certains webzines ou les zones de discussion réservées aux chroniqueurs attitrés de forums) et des hiérarchies, en bref du pouvoir et des secrets.

Par ailleurs, la plupart des blogzineurs “indépendants”, les blogueurs d'albums et les membres du forum de discussion et d'échanges de liens ne vivent pas exactement dans le même espace que le groupe qui se retrouve sur Twitter, Facebook et à l'occasion de concerts. C'est ainsi que plusieurs “indépendants” et blogueurs d'albums du panel ne connaissent pas (ou peu) les personnes qui officient dans des plate-formes comparables aux leurs, pas plus qu'ils ne rencontrent (ou très occasionnellement) leurs pairs lors d'événements musicaux hors ligne. Si les membres les plus actifs du forum de discussion *Garogorille* -dont certains animent en parallèle des blogs d'albums- se côtoient bien quotidiennement en ligne, ceux qui souhaiteraient se rencontrer “en vrai” semblent avoir du mal à faire aboutir leurs projets de réunions. Que l'on explique ce fait par la difficulté d'organiser des rencontres entre des adultes résidant parfois à des centaines de kilomètres les uns des autres ou encore parce que la mise en place du dispositif Hadopi n'incite pas les gens à décliner leur “véritable” identité, il n'en reste pas moins que les relations entre les membres de ce forum semblent confinées dans ce cadre. En sus, et comme dans les sites ayant pignon sur rue, les forums comprennent diverses strates d'adhérents : des habitués, des réguliers mais silencieux, des visiteurs fugaces qui téléchargent et s'en vont et un fort taux de *turn over*. D'une façon plus générale, le Web est un espace tellement immense et changeant que personne (qu'il s'agisse d'un internaute, d'un site ou même d'un moteur de recherche) n'est vraiment en mesure de tout connaître d'une blogosphère fut-elle thématique et située à l'intérieur d'un espace linguistique et/ou géographique spécifique ⁸⁹. Dès lors, comment décrire cette série d'espaces à la fois joints et disjoints, au sein desquels on peut certes circuler mais sans jamais en faire complètement le tour, où l'on croise aussi bien des connaissances que des inconnus et qui comprennent au moins autant de voies communes que de compartiments étanches ?

On sait qu'en matière de Web, il est courant d'employer le terme de “communautés” pour décrire aussi bien un ensemble de plate-formes thématiques que les personnes qui se retrouvent au sein d'un site particulier. Selon cette acception, la blogosphère musicale serait alors une vaste communauté de blogs musicaux et ce terme vaudrait également pour désigner les personnes participant à un même webzine. Or, comme le note fort justement

89 Point vérifié à maintes reprises. Durant l'enquête, il m'est ainsi arrivé de comprendre que des sites que je percevais comme des points de passage centraux (par exemple l'agrégateur de blogs d'albums *Totally Fuzzy* ou l'un des webzines du panel) n'étaient pas identifiés par la plupart des acteurs rencontrés et que réciproquement je ne connaissais pas des “sites incontournables”.

Dominique Boullier, ce terme est assez inapproprié⁹⁰. En effet, l'idée de communauté suggère une certaine fixité qui ne rend pas compte de la spécificité des échanges sur le Net et des sociabilités en usage dans les blogs ; visiteurs qui ne font que passer, collaborateurs d'une même plate-forme qui ne se sont jamais croisés (en ou hors ligne), dialogues se déroulant à des distances considérables et parfois entre des gens n'employant pas la même langue, etc. Pour mieux cerner ce qui se joue dans ce qu'il appelle ces phénomènes de *co-présence*, Boullier parle de "formats d'association". S'il est vrai que la belle polysémie de l'association rend bien compte de la multiplicité des formes de fréquentation du Net et d'attachements aux plate-formes, je me demande néanmoins s'il ne vaudrait pas mieux parler de *société(s)*, un terme qui, par ailleurs, évoque également des formes d'associations. Car la blogosphère musicale s'apparente à bien des égards à une société. Un vaste espace au sein duquel je partage maintes conventions et techniques avec mes semblables, dans lequel je me déplace d'un lieu à un autre au moyen de réseaux communs, circule dans certains sites sans nécessairement connaître les gens qui s'y trouvent (un réseau commun de P2P, un achat de disque sur Amazon.com, un blog où je consulte un critique) mais peut aussi me rendre au bistrot du coin (les pages de commentaires d'un blogzine où je retrouve les habitué-es) ou dans le club dont je suis adhérent (un webzine) où je fais le point avec mes pairs, salue des nouveaux, réponds au courrier etc... En désignant toutes ces pratiques comme une société (qui elle-même en contient d'innombrables) on prend la mesure d'un "grand collectif" impliquant tout à la fois un alliage de personnes, d'objets, de lieux, de trajets et de techniques en interactions et les différents niveaux d'attachements (nuls, faibles, forts, permanents, lâches, multiples etc.) entre ces différents protagonistes humains et non humains⁹¹. On peut objecter à cette proposition que le fait de désigner les sociabilités propres aux blogs et plus généralement au Web par un terme emprunté au "monde d'avant" prête à confusion et qu'il vaudrait mieux forger de nouveaux mots/concepts pour décrire des choses nouvelles. Mais je répondrais alors que les mots sont par nature (ou plutôt par culture !) polysémiques et surtout que l'évaluation d'une chose passe le fait de la comparer à une autre, que c'est à partir d'une tension de cet ordre que le sens des choses surgit. Aussi, quitte à employer un mot existant, le terme de "société" a le grand avantage d'évoquer un espace ouvert, les différentes façons d'y être ensemble et de nous faire sentir ce qui rattache les sociabilités en ligne avec celles d'avant l'Internet. Car, contrairement à ce que les prophètes pro⁹² ou anti⁹³ Internet professent, la société numérique n'est pas si radicalement différente. Si les internautes ont bien la possibilité de se dépouiller de leurs oripeaux et même de leur nom en ligne, leurs relations avec autrui se déroulent dans des cadres et selon des modalités qui sont très largement comparables à ceux de l'autre monde.

c) Un pur décalque ?

Bien sûr, cela ne signifie pas que les sociétés numériques sont exactement du même ordre que celles qui leur préexistaient. Qu'il en serait là-bas exactement comme ici. Le blogging musical permet en effet à des individus et à des collectifs de se livrer à des activités auxquelles ils et elles ne se livrent pas forcément hors ligne : des personnes exerçant une

90 **Dominique Boullier** "Au-delà des territoires numériques en dix thèses" in F. Rowe (ed.), Sociétés de la connaissance et prospective - Hommes, organisations et territoires, Nantes, Université de Nantes 2009.

91 Différents protagonistes que Bruno Latour et Michel Callon appelleraient actants. Bruno Latour à qui j'emprunte d'ailleurs le terme de "non humain".

92 **Nicolas Negroponte** *L'homme numérique* (Traduit de l'américain par Michèle Garène) Éditions Robert Laffont Paris 1995

93 **Paul Virilio** *Le Futurisme de l'instant*. Éditions Galilée. Paris 2009

activité professionnelle parfois assez éloignée du Web ou de la musique deviennent ainsi écrivains, journalistes musicaux, graphistes, rencontrent et se lient avec d'autres passionnés de musique, étendent leurs champs de compétences et leur(s) horizon(s), passent des obstacles difficiles à franchir hors ligne⁹⁴. D'autres pratiquent en ligne une sorte de “déclinaison idéale” de ce qu'ils font dans l'autre monde. D'une façon générale, le blogging semble permettre aux membres du panel de se recomposer.

Si l'on regarde par exemple les différentes tâches que les femmes du panel remplissent, on constate ainsi que certaines d'entre elles (par exemple les blogzineuses Isabelle et Carmen) se sont appropriées des terrains (la critique musicale et la technologie) qui sont souvent accaparés par les (jeunes) hommes dans les espaces domestiques, conviviaux et professionnels hors ligne. De même, le trio qui anime l'agence *Concept*, et en particulier Suzanne, se présente comme des geeks (fans de gadgets technologiques), une inclinaison qui, le plus souvent, est l'apanage des hommes⁹⁵. Dans un même ordre d'idées, Vanessa, Sabine et Valérie ont fondé des entreprises de marketing en ligne qui font figure de pionnières. Confortant l'idée que le blogging permet d'élargir son champ d'action, la plupart des femmes du panel mènent de front *plusieurs* activités : Pénélope anime son propre blog et contribue à *Babel* à côté de ses activités professionnelles, Carmen enchaîne musique, blogging, création d'une entreprise et participation à des groupes de femmes amatrices de technologie, Isabelle anime son blog et des émissions de radio, radio qu'elle a longtemps présidé, travaille à temps plein en parallèle, écrit etc. S'il est également vrai qu'à l'exception d'Isabelle (qui travaille dans l'environnement) ces jeunes femmes exercent *dans le monde hors ligne* des métiers très largement assignés aux femmes (promotion d'artistes et travail de presse), leur activité sur le Net contribue donc à déserrer l'étau du genre, elle les incite à pratiquer des terrains “normalement masculins”. D'une certaine façon, et comme le suggère Donna Haraway dans son fameux *Manifeste Cyborg*⁹⁶, le monde numérique peut permettre aux femmes de se produire (au sens d'une performance) autrement que dans l'autre monde, de se défaire au moins partiellement de “l'ontologie” supposée de leur sexe, de se recomposer. Toutefois, ce potentiel propre au Web, ne signifie pas pour autant que la fraction de blogosphère musicale que j'ai étudiée soit un espace où les femmes échappent entièrement aux rôles qu'on leur assigne hors ligne et qu'elles ne doivent pas batailler. Notons par exemple qu'une des blogzineuses du panel, Nina, est suspectée (par quelques-unes de ses pairs) d'être un homme. Ne s'étant jamais montrée dans des réunions de blogueurs ou des concerts, n'ayant jamais mis en ligne sa photo, certain-es doutent que sa connaissance encyclopédique du rock et son énergie puissent être les attributs d'une jeune femme d'une vingtaine d'années. Un homme devrait-il, lui, prouver qu'il n'usurpe pas son sexe, devrait-il produire son “véritable” corps sur sa page Facebook ou lors d'un concert pour qu'il soit confirmé qu'il est vraiment un homme et non pas une femme ? On peut en douter⁹⁷.

94 Au sujet de cette possibilité d'être autre en ligne, Nicolas Auray évoque l'idée de compensation. Cf. **Nicolas Auray** “Le Web participatif et le tournant néo-libéral : des communautés aux solidarités” in Proulx, S., Millerand, F., Rueff, J., *Web relationnel : mutation de la communication?*. Presses Universitaires de Québec. 2009

95 **Danielle Chabaud-Rychter et Delphine Gardey (sous la direction de)** *L'engendrement des choses, des hommes, des femmes et des techniques*. Éditions des Archives contemporaines Paris 2002 et **Ilana Löwy** *L'emprise du genre, masculinité, féminité, inégalité*. La Dispute, Paris 2006

96 Donna Haraway *Manifeste cyborg et autres essais*. Anthologie établie par Laurence Allard, Delphine Gardey et Nathalie Magnan. Exils, Paris 2007

97 Dans les forums, les membres qui n'indiquent pas leur sexe (une option par ailleurs souvent facultative) dans leur profil semblent rares. Ceux (ou celles) qui déclarent appartenir à un autre genre que celui auquel ils (elles) sont affiliés hors ligne risquent d'être considérés comme des imposteurs s'ils (elles) sont “démasqués-es”. Même en ligne et dans des plate-formes où il est théoriquement possible de se réinventer entièrement, le fait de changer de sexe semble très

En définitive, l'exemple des femmes du panel nous montre que si la société des blogs musicaux n'est pas un décalque des sociétés hors ligne, on y retrouve pourtant un mélange d'antagonismes, d'accords et de “pas encore”⁹⁸ propre à tout monde social.

Figure 33 : ci-dessous un texte trouvé sur un site après une recherche “Nina est-elle une femme” effectuée avec Google. Ce texte figure au sein d'une sélection de blogs musicaux figurant sur un blogzine musical (extérieur au panel)⁹⁹.

@nina'sblog.fr

Nina est quelque peu mystérieuse. Comment peut-elle posséder une connaissance si approfondie à vingt et un ans ? Comment fait-elle pour écrire tant (elle répond que ce qui compte c'est qu'elle y arrive) . Quel jour la verra t-on dans une soirée ou un concert ? Peu importe après tout puisque son blog et son twitter sont si bons. Un de mes proches pensait qu'elle allait devenir une sorte de Pitchfork d'ici. #choixdeblogs musicaux#articles#mystère

largement tabou. Là-dessus : **Nicolas Auray** “Sociabilité informatique et différence sexuelle” p.123 à 148 in **Danielle Chabaud-Rychter et Delphine Gardey** (sous la direction de) *L'engendrement des choses, des hommes, des femmes et des techniques*. Éditions des Archives contemporaines Paris 2002

98 Expression emprunte à **Ernst Bloch** *L'esprit de l'utopie* (Traduit de l'allemand par Anne-Marie Lang et Catherine Piron-Audard). Gallimard Paris 1977

99 Recherche effectuée avec Google le 22 juin 2010 (1ère page, 8e résultat) Pour garantir l'anonymat des deux blogs le texte a été modifié

2 Dans quel territoire vivons nous ?

a) Deux mondes en interaction = un continuum

Afin de décrire la place qu'occupe désormais le Web dans nos existences, Michel Serres rappelait récemment que nombre d'entre nous possèdent désormais deux *adresses*. Une double domiciliation qui ne renvoie pas seulement au fait de détenir deux boîtes à lettres (une postale et une électronique) mais à notre *habileté* à nous mouvoir et communiquer (là encore il s'agit de s'adresser) au sein de deux espaces spécifiques. Donnons un exemple des possibilités qui en résultent.

Je peux aller à Paris de plusieurs façons : soit en empruntant des routes ou des réseaux ferrés, soit en téléphonant à un proche qui y réside. Mais je peux aussi survoler la ville via *Google Map** et me connecter avec un-e ami-e parisien-ne via Facebook. Si je souhaite demeurer dans la capitale plusieurs alternatives s'offrent également à moi : y louer un appartement et/ou me promener dans les rues. Mais, je peux aussi rester connecté à une webcam disposée dans Paris et visionner de temps en temps ses images dans le coin de mon écran d'ordinateur. Par ailleurs, je peux également me rendre dans l'univers numérique et visiter sur des sites (Web) : magasins (de vente en ligne) où je déambulerai, sites de partage de vidéos où j'assisterai à des spectacles en direct ou en différé, blogs où je consulterai des articles sur le rock français des années soixante-dix puis y téléchargerai un disque épuisé (le blog d'album *Galloties*), webzine où je lirai un article sur un prochain festival d'avant-garde (*Pressbutton*) et finalement me rendrai dans le forum de discussion où je parle quotidiennement avec des fans (francophones) de métal (forum/webzine *Métalardent*). Enfin, je peux aussi utiliser le Web pour compenser des distances physiques (par ex. converser avec des membres de ma famille qui vivent en Suède) ou bien également regarder des shows télévisés du groupe The Temptations enregistrés alors que je n'étais pas encore né.

Or, de la même façon que poser deux points sur un plan détermine une droite qui les relie, la circulation d'un espace à l'autre donne corps à une *continuité* qui se manifeste de bien des façons.

Tout d'abord, lorsque nous nous connectons au Net nous restons dans le monde physique. Car s'il est vrai que les contraintes spatio-temporelles sont différentes en ligne, notre corps n'est pas pour autant soumis aux changements de formats que la pauvre *Alice* de Lewis Carroll endure au pays des merveilles ! C'est bien de l'autre monde que nous pilotons notre avatar dans *Second Life**, de l'autre monde que nous lisons un email sur notre mobile, de notre bureau que nous dialoguons avec les visiteurs d'un blogs ou nous écoutons un mp3 téléchargé en ligne. Nous demeurons ici lorsque nous nous promenons là-bas ce qui pourrait, là-encore, être considéré comme une sorte de co-présence.

Dans un même ordre d'idées, et comme évoqué plus haut à propos du terme "société", la prégnance du "monde d'avant" sur le Net s'exerce également au point de vue sémantique. Un nombre conséquent de termes utilisés en ligne sont en effet empruntés à l'autre monde et notamment ceux qui décrivent l'espace et les déplacements. On parle ainsi de sites, de forums, de courrier, de visiteurs, de (mise en) page(s), d'envois etc.. Ce recours à de l'existant (des mots, des concepts, des configurations sociales, des formats d'activité) pour appréhender ce que nous faisons dans le Web nous indique bien à quel point notre

expérience en ligne s'inscrit, elle aussi, dans une expérience cognitive constituée ¹⁰⁰.

Autre manifestation de la continuité que j'évoque ici ; bien des événements se déroulant hors ligne sont traités, reproduits et discutés dans les blogs musicaux. On a ainsi vu qu'une portion du panel consacrait une part conséquente de son temps et de ses contenus éditoriaux à rendre compte de l'actualité musicale hors ligne (d'Ile de France et d'ailleurs). Au-delà des seuls "réseauteurs" et "alternatifs", l'enquête montre que la métropole parisienne exerce une attraction sur la plupart des membres du panel : un nombre conséquent de concerts parisiens sont commentés dans les blogs ¹⁰¹, certains sites y organisent leurs propres événements (concerts en appartement de *IndéActu*, festival de *Autoban*, soirées/performance de *GéantsVerts*, séances de DJaying de *Nickelodéon*, concerts de *Beachblog* etc.), les agences de communication y convient des blogueurs à l'occasion de sorties de disques, de tournées, d'événements, de raouts, certains blogueurs franciliens se retrouvent dans la capitale pour boire des verres ensemble dans des bistrots ou même organiser des rencontres avec des acteurs de l'industrie musicale, les blogueurs provinciaux y font halte pour y retrouver leurs pairs franciliens, les internautes se rendent à des événements annoncés -voire organisés- par les blogs à Paris, etc. ¹⁰². En résumé, le monde hors ligne (parution de CD(s), festivals, concerts, films musicaux etc.) suscite constamment -même si à des degrés divers- l'attention de nombre des blogs du panel, il *nourrit* bien souvent leur activité ainsi que les conversations entre blogzineurs.

Tous ces exemples, que l'on pourrait multiplier à loisir, nous rappellent cette continuité au sein de laquelle se déploie notre double adresse.

b) La blogosphère, Paris et la métropolisation

La présence continue de la capitale dans les thématiques de nombre de blogs et les circulations qui s'y déroulent méritent que l'on s'y arrête un instant. En effet, ces activités nous montrent que *la centralité parisienne se manifeste jusque dans la portion de blogosphère musicale étudiée*, en particulier lorsque les sites s'intéressent à l'actualité culturelle et/ou ont des relations avec le monde professionnel ¹⁰³. Centralité qui s'explique par le fait que la métropole parisienne concentre non seulement les ressources culturelles (entreprises, spectacles, professionnels, lieux, presse, public) mais que du fait de l'organisation politique qui caractérise la France, les événements qui s'y déroulent y acquièrent une portée nationale. De ce fait, les blogueurs et blogueuses qui résident en Ile de France ont plus de facilités pour répondre aux offres des professionnels et sont probablement mieux placés que les provinciaux pour faire de leurs sites des références nationales.

À partir de ces éléments, on comprend que le développement du Web (et des activités qui s'y déroulent) ne contribue pas seulement à la métropolisation en cela qu'il participe de l'intensification des échanges numériques et des infrastructures mais aussi parce que *certaines activités nées en ligne se déploient dans l'espace urbain* et ont par conséquent des

¹⁰⁰ Sur cette question le très riche ouvrage dirigé par **Daniel Andler** : *Introduction aux sciences cognitives* Gallimard/Folio Paris 1992-2004

¹⁰¹ Cf. les figures 31 et 32 qui montraient des liens pointant vers des salles de concerts situées à Paris

¹⁰² On pourrait résumer ce point en disant qu'à la façon dont les groupes de rock utilisaient les petites annonces dans les journaux dans les années soixante-dix pour recruter des musiciens, la blogosphère musicale (et ses excroissances du côté des réseaux sociaux Twitter et Facebook) constitue une sorte de tremplin grâce auquel les gens se retrouvent hors ligne.

¹⁰³ À l'inverse, les blogs qui se concentrent sur le patrimoine musical et en particulier sur des segments musicaux très spécifiques ont des rapports beaucoup moins directs avec la métropole parisienne.

effets sensibles sur la structure de la prescription musicale et de l'offre culturelle en Ile de France et à Paris. Conséquemment, ce phénomène (que je n'avais absolument pas anticipé au début de cette étude) démontre un peu plus que la blogosphère musicale n'est pas un îlot perdu, coupé des réalités politiques et urbaines mais plutôt l'une des composantes d'un vaste estuaire où les flux de la capitale et du Web convergent.

En somme *si les pratiques issues du Web travaillent l'organisation politique, territoriale, cognitive, médiatique existante, l'inverse est également vrai*. Ce point me semble d'autant plus à souligner qu'il contredit les approches qui supposent (pour le déplorer ou s'en réjouir) que c'est surtout le Net qui transformerait le monde qui lui préexistait. Or, rien n'est moins vrai, les deux mondes communiquent : on circule et l'on se parle d'un pôle à l'autre, chacun interagit sur l'autre et par voie de conséquence influence son devenir, nouvelle illustration de la continuité dont j'ai cité plusieurs manifestations plus haut. Poursuivons ce raisonnement un peu plus loin.

c) Redéfinir le territoire à partir de notre expérience

La circulation incessante des personnes et des données du Net à l'espace physique (et inversement), l'entrelacement de ces deux pôles, le réagencement continu des relations que nous tissons avec des gens comme avec des objets, tout cela détermine en fait un nouvel espace social commun, une sorte de continuum spatio-temporel à plusieurs dimensions. Dès lors, *le territoire est bien ce composé hybride* comprenant différents types de sites, de présence(s) aux autres, de façons de se déplacer, de se cultiver, d'arrangements hybrides. Et si, comme le montrent les entretiens réalisés durant cette recherche, les acteurs emploient des termes tels que “en vrai”, “réel” ou “virtuel” pour désigner et distinguer le monde hors ligne et le Net, c'est moins pour les opposer frontalement que pour rendre lisibles les choses spécifiques qu'ils y effectuent et leurs circulations.

De même, l'opposition entre un monde supposé solide et l'autre qui serait dématérialisé est tout autant problématique. En effet, pourquoi appeler immatériel un univers qui fait autant appel aux techniques, aux réseaux de communication et aux infrastructures, qui s'accompagne de tant d'objets et qui réunit tant de gens et de contenus ? Réciproquement, comment considérer sous le seul angle de la réalité physique un monde où le travail intellectuel, les représentations et bien entendu l'imagination sont si prégnantes ? Il y a dans cette opposition quelque chose qui cloche définitivement. Dans ses “dix thèses sur les territoires numériques” déjà mentionnées plus haut, Dominique Boullier fait remarquer que même une barrière naturelle (un fleuve, une montagne) rassemble au moins autant qu'elle ne sépare ou, pour le dire autrement, que le fait de présenter une frontière comme une séparation renvoie plus à un choix politique, par exemple circonscrire les contours d'un État, qu'à une sorte d'en soi de la nature¹⁰⁴. Il en est de même avec le territoire. Réduire celui-ci à sa définition administrative et cartésienne (sur des cartes précisément), de même que présenter le Web comme une série d'infrastructures où circuleraient des “informations”

104 Sur la façon dont un dispositif exprime une certaine façon de représenter et d'organiser le monde : **Michel Foucault** *Naissance de la clinique* 1963 Quadrige/PUF Paris 2000 et *Surveiller et punir* Gallimard Paris 1975, **Steven Shapin et Simon Schaffer** *Leviathan and the air-pump, Hobbes, Boyle, and the experimental life* Princeton University Press Princeton 1985, **Thomas P. Hughes** *Networks of Power. Electrification in Western Society 1880-1930* John Hopkins University Press Baltimore-London 1983, **Otto Mayr** *Authority, liberty & automatic machinery in early modern Europe* John Hopkins University Press, Baltimore and London 1986, **David A. Mandel** *Feedback control and computing before cybernetics : between human and machine* John Hopkins University Press. Baltimore and London 2002, **Jonathan Sterne** *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* Duke University Press Durham and London 2003

sans corporéité c'est ne pas comprendre l'entrelacement de plus en plus affirmé qui caractérise notre monde commun et la polyvalence de notre expérience.

d) Du phonographe aux blogs

D'autant que l'élargissement du territoire ne date pas, loin de là, de la mise en place du Web ou de la numérisation des contenus. En fait, tous les modes de socialisation associés aux techniques de reproduction (l'imprimerie, le télégraphe, la radio et les télécommunications, la phonographie, le téléphone etc.) ont contribué à la dynamique que l'on retrouve actuellement¹⁰⁵.

Si l'on s'en tient à la musique, la standardisation progressive de la notation musicale dans une partition (un diagramme cartésien sur lequel on dispose des moyennes entre la durée et la hauteur) et sa diffusion par les éditeurs européens ont posé les premières bases d'un marché mondialisé de la musique dès le dix-septième siècle¹⁰⁶. Grâce à la standardisation parallèle des instruments de musique, des salles de concerts, de la notation, et de l'exécution réalisés en amont, les éditeurs de musique classique se sont employés à faire exécuter les œuvres de "leurs" compositeurs (voir l'exemple quasi canonique de Beethoven¹⁰⁷) dans le plus grand nombre de pays et dans toutes les sphères de la vie sociale qui pouvaient s'y prêter (cf. l'invention du piano et de la musique de chambre à la fin du dix-huitième)¹⁰⁸. Cette globalisation -non pas seulement des œuvres mais aussi des publics- a été encore étendue un peu plus avec le phonographe. Avec l'enregistrement, la musique a en effet pu rentrer massivement dans l'espace domestique alors qu'auparavant il fallait soit en jouer, soit aller à elle, pour qu'elle se manifeste à nous¹⁰⁹. Ce faisant, l'écoute domestique des disques a encouragé l'essor d'une expertise de l'auditeur s'intéressant aux médiums d'écoute, qui à la qualité des enregistrements (l'audiophilie), qui à des interprètes spécifiques, qui à un style particulier qui à l'ensemble de ces paramètres¹¹⁰. Des façons d'apprécier qui se sont y compris exprimées par la fondation d'associations -formelles et informelles- d'auditeurs et de revues spécialisées avec lesquelles les fabricants d'appareils et les maisons de disques ont dû compter¹¹¹. En matière de musique classique, l'apport fondamental de cette expertise a notamment consisté à comparer les différentes versions enregistrées d'une même œuvre, une façon de faire que nombre de musicologues n'ont toujours pas intégré¹¹². On peut d'ailleurs voir dans cette propension à tester des produits et à les comparer du point de vue de l'usage les prémisses des associations de consommateurs.

Naturellement, outre ce phénomène de domestication de la musique et l'effet de patrimonialisation des répertoires et des interprètes (qui jadis voyageaient peu et étaient

105 Sur la constitution d'un nouvel espace public lors de l'essor de l'imprimerie : **Elisabeth L. Eisenstein** *La révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne* (Traduit de l'anglais par Maud Sissung et Marc Duchamp) Hachette Littératures 1991

106 **Simon Frith** *Performing Rites On the value on popular music* Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts) 1996, **François Ribac** "La mesure, éléments pour une (future) sociologie du temps musical" p. 21-68 in *Cahiers de recherche, Enseigner la musique n° 9 et 10*. Lyon, juin 2007

107 **Tia De Nora** *Beethoven and the Construction of Genius: Musical Politics in Vienna, 1792-1803*. University of California Press. 1997

108 **Antoine Hennion** *La Passion Musicale, une sociologie de la médiation* Métailé Paris 1993

109 **Evan Einsenberg** *Phonographies Explorations dans le monde de l'enregistrement* 1987 Éditions Aubier Paris 1998

110 **Sophie Maisonneuve** *L'invention du disque 1877-1949 : Genèse de l'usage des médias musicaux contemporains*. Éditions des archives contemporaines. Paris 2009

111 **Roland Gelatt** *The fabulous phonograph 1877-1977* (seconde édition revisitée) Éditions Cassel. London 1977

112 À ce sujet voir encore *La passion musicale* d'Hennion et le paragraphe consacré à cette question dans mon livre *L'avaleur de rock*

oubliés après leur mort) l'enregistrement a permis de diffuser à une très grande échelle des œuvres et des interprétations variées. On a pu écouter de la musique produite à des milliers de kilomètres et même par des gens morts depuis fort longtemps.

À partir du début du vingtième siècle, l'essor de la radio a encore contribué à diffuser la musique à tous vents tandis que la retransmission de programmes régionaux voire nationaux *synchronisait* au même moment des personnes résidant aux quatre coins des régions arrosées par les ondes¹¹³. D'une façon générale, le téléphone, la radio-transmission (celle des radio amateurs, des networks naissants ou des marins) ont naturalisé -même si comme l'a magistralement montré Jonathan Sterne il a fallu du temps et beaucoup de conviction pour en arriver là- le fait de converser avec des gens dont on ne voyait pas le corps et qui résidaient parfois à l'autre bout du monde¹¹⁴. Avec la télévision, le temps réel de des retransmissions et les fantômes qui s'agitaient sur les écrans du cinéma se sont retrouvés dans l'espace domestique¹¹⁵.

Lorsque l'on parle de la reproduction sonore, un autre phénomène doit être mentionné. Dès l'apparition du phonographe et de façon encore plus prégnante au début du vingtième siècle, des consommateurs ont commencé à imiter leurs disques et les musiques qu'ils (elles) entendaient à la radio¹¹⁶. Transformés en instructeurs, les répertoires enregistrés et les appareils de reproduction domestiques (et en particulier les tourne-disques) ont permis à des générations d'adolescent-es de s'initier *dans leurs chambres* à des répertoires venus d'ailleurs et par là d'assimiler de nombreux vocabulaires stylistiques. C'est d'ailleurs ainsi que la génération des Beatles s'est formée au rock'n roll américain puis a forgé sa propre identité. Dans le courant des années soixante-dix et alors même que l'industrie musicale et les pouvoirs publics allaient bientôt programmer le passage au numérique, le hip hop a transformé les disques vinyls et les tourne-disques en outils de performance scénique (le DJaying). Puis, de façon tout aussi impromptue, la techno a fait de la musique déjà enregistrée et des instruments électroniques ses principaux matériaux, une techno qui, remarquons le au passage, s'est transportée hors des centre-ville pour des raves-parties à peu près entièrement gratuites¹¹⁷. En parallèle à ces différents processus, des sociabilités associées aux techniques de reproductions sonore sont nées ; clubs d'audiophiles ou de radio amateurs, associations de wagnériens se rendant au festival de Bayreuth chaque année, groupes rock et fanzines punk, radio libres etc.¹¹⁸

113 **Robert L. Hilliard & Michael C. Keith** *The broadcast century, a biography of american broadcasting* (deuxième édition) Focal Press Boston, Oxford, Johannesburg, Melbourne, New Delhi, Singapore 1997

114 **Jonathan Sterne** *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* Duke University Press Durham and London 2003

115 Sur ces fantômes : **Edgar Morin** *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie*. Les Éditions de Minuit Paris 1956

116 Voir par exemple la biographie de Bing Crosby qui décrit son usage du gramophone familial et de la radio : **Gary Giddins** *Bing Crosby, a pocketful of Dreams : The Early Years, 1903-1940*. Little, Brown and Company. Boston, New York, & London 2001

117 **Renaud Epstein** *Les raves ou la mise à l'épreuve underground de la centralité parisienne* in revue *Mouvements* n°13. Éditions de la Découverte, Janvier-Février Paris 2001

118 Apprentissages avec les disques : **H. Stith Bennet** *On becoming a rock musician* University of Massachusetts Press Amherst 1980, **Lucy Green** *How popular musicians learn, a way ahead for music education* Ashgate, **François Ribac** "La circulation et l'usage des supports enregistrés dans les musiques populaires en Ile de France" Rapport de recherche commandé par le programme "Culture et territoires en Ile de France", le Ministère de la Culture (Bureau des écritures) et le Conseil général de Seine-Saint-Denis. 2007.

Centralité de la reproduction sonore dans les musiques populaires : **Albin J. Zak III** *The poetics of rock, cutting tracks, making records* University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 2001, **Steve Jones** *Rock formation. Music, technology, and mass communication*. Foundations of popular culture vol. 3. Sage Publications/Editor Newbury Park London New Delhi 1992, **François Ribac** *L'avaleur de rock* Éditions La Dispute Paris 2004.

Toutes ces métamorphoses mériteraient que l'on s'y arrête plus longuement mais je veux insister ici sur le fait que la reproduction sonore, les systèmes de communication, les médias ont familiarisé des générations à bien des fondamentaux d'Internet : la manipulation des équipements techniques, le fait de recevoir *chez soi* des flux musicaux qui viennent du reste du monde, l'émergence d'un patrimoine musical mondial enregistré, la possibilité de stocker des répertoires enregistrés actuels ou anciens, de développer une expertise à leur égard et d'en discuter avec d'autres, le dialogue avec d'autres personnes via des réseaux de communication communs ou encore le fait d'être synchronisé avec des milliers (voire parfois des millions) de personnes au même moment. On pourrait synthétiser ces points en disant que *la reproduction sonore a défini un continuum entre la sphère domestique et publique, entre le présent et les répertoires du passé, qu'elle a relié des gens par l'intermédiaire de réseaux de communication ou des médias et esquissé les bases d'une société mondiale des auditeurs*. La reproduction sonore (au sens de ce que ses usages ont produit) a donc soutenu la formation d'un espace commun où se combinaient simultanément patrimonialisation des répertoires, naturalisation des techniques et des formes de co-présence qui anticipaient celles que l'on connaît sur le Net. De ce point de vue et sans qu'il soit question de minorer les innovations qui s'y déroulent, Internet est donc moins une nouveauté absolue qu'une sorte d'intensification du rapport au monde qui s'est développé dans le sillage des innovations technologiques des dix-neuvième et vingtième siècles.

De plus, quel que soit son appétit, il est patent que l'ogre Internet n'a pas englouti toutes les autres façons de produire (pour soi ou les autres) de la musique : nous écoutons encore la radio, regardons la télévision, achetons des journaux spécialisés, allons assister à des concerts et des festivals et nombre d'entre nous ont même dans leur discothèque un compartiment réservé aux vinyles dont on nous annonçait pourtant la disparition irrémédiable au milieu des années quatre-vingt¹¹⁹.

En définitive, faire de la musique aujourd'hui, en écouter pour le plaisir, en parler à d'autres, écrire à son sujet, tout cela implique un vaste monde de techniques (au sens de pratiques sociales) et d'*interfaces*.

- Des supports et des surfaces de stockage (ex. la clé usb, le disque dur, le CD)
- Des machines à jouer de la musique (ex. l'ordinateur, le lecteur CD, l'ipod, la radio)
- Des logiciels (ex. iTunes)
- De nombreux canaux de circulation et de distribution (ex. commerce "traditionnel", échanges de main à main, échanges via le Web, retransmissions radio et télé, magazines, ouvrages savants, sociétés réunissant des fans de tel genre, performances).
- Des lieux d'écoute (mon bureau, ma voiture, une salle de spectacle, la prairie d'un festival en plein air)

Toutes ces interfaces sont autant de portes qui connectent leurs usagers aux différentes zones du continuum territorial évoqué plus haut. Et *c'est précisément aux divers endroits de ce continuum que les membres du panel pratiquent le blogging*. Car même si leurs activités sont d'abord déclinées sur le Net, nous avons vu qu'elles impliquaient toujours – même si à

La platine-disques du hip hop métamorphosée en instrument : **S.H Fernando jr.** *The news beats, culture et attitudes du hip-hop* (Traduit de l'anglais -États-Unis- par Jean Philippe Henquel et Arnaud Réveillon) 1992 Éditions l'éclat/Kargo Paris 2000.

Les fanzines punk : **Jon Savage** *England's dreaming, Sex Pistols and Punk Rock*. Faber & Faber London 1991

119 On notera au passage que la longévité du vinyle nous confirme que les nouvelles technologies ont plutôt tendance à venir s'imbriquer dans les existantes plutôt qu'à les supplanter et corrélativement que nonobstant les plans de "modernisation" (marketing ou étatiques) les acteurs ont la capacité d'inventer des usages imprévus des techniques.

des degrés divers- la composante hors ligne.

En conséquence, on peut dire -et à ce stade du raisonnement la montée en généralité est sans doute acceptable- que le blogging musical joue tous les registres du continuum territorial de la musique en une infinité de choix éditoriaux.

3 Tout un monde de prescriptions

a) Une longue traîne élargie

En 2007, Chris Anderson a publié un livre, auquel j'ai déjà fait référence, intitulé *La longue traîne*¹²⁰. Dans cet ouvrage, Anderson montre comment une série d'innovations techniques (la numérisation des contenus et le Web) et entrepreneuriales (par ex. Amazon.com ou Ebay) ont modifié à la fois l'économie de la culture et même l'économie tout court, d'une part, et le marketing, d'autre part. Sommairement, Anderson explique que grâce à la possibilité de toucher un très grand nombre de consommateurs en ligne et, dans le même temps, de supprimer toute une série de contraintes liées au commerce hors ligne (stockage, salaires des vendeurs, intermédiaires, distribution etc.) des entreprises en ligne peuvent proposer aux consommateurs un nombre de biens beaucoup plus élevés qu'un magasin -fut-il "une grande surface"- ne pourrait le faire et pour un coût bien moindre. Anderson montre bien que la hausse des bénéfices potentielle n'est pas uniquement due à la réduction des coûts d'exploitation mais aussi au fait que *plus l'offre est large et diversifiée et plus les consommateurs se portent sur des niches réduites* que d'ordinaire ils ne trouvent pas dans des magasins. Bien entendu, plus une plate-forme amortit ses coûts, c'est-à-dire qu'elle est capable de transformer ses produits en fichiers numériques, et plus ses bénéfices sont susceptibles d'augmenter. Ainsi, il est certainement plus rentable de vendre des mp3 sur iTunes, dont Apple n'assume même pas les coûts de production, que des CD(s) dans des magasins, CQFD.

En s'appuyant sur les statistiques de vente d'entreprises phares de la nouvelle économie, Anderson démontre que si un grand nombre de consommateurs continuent bien à acheter en ligne les produits les plus promus (blockbusters, têtes des hit-parades, livres best-sellers etc.), une partie significative d'entre eux se tourne vers des choses qui, si elles ne sont pas beaucoup consommées (par exemple une fois par trimestre) se vendent néanmoins *toujours*. Parallèlement à ce point, Anderson établit que de plus en plus de consommateurs se tournent vers ces niches restreintes et conséquemment que la part des "produits marginaux" ne cesse d'augmenter dans les ventes, c'est-à-dire que la rentabilité globale des niches s'accroît. Remontant quelques décades en arrière, Anderson remarque même qu'avant Internet, l'attraction des "produits phares" avait déjà commencé à baisser. Autrement dit, si Michael Jackson vendait moins de disques en 2005 qu'en 1993 ce n'est pas forcément parce que sa musique était moins bonne mais parce que globalement le public avait déjà commencé à diversifier ses choix. Une désaffection que l'on peut également comprendre comme une illustration de la thèse Albert Hirschman selon laquelle les firmes dont les produits "marchent" sont régulièrement confrontées à la défection d'un certain nombre de consommateurs qui se méfient des effets de masse¹²¹.

Anderson désigne par le terme de "longue traîne" aussi bien les articles de queue, qui jadis n'arrivaient pas à pénétrer le marché, que le phénomène général que je viens de résumer. En parallèle à cet exposé -dont le point faible est sans doute de ne pas assez considérer les évolutions qui ont rendu possible le processus qu'il décrit- Anderson note que cette "diversification numérique" s'applique pour ainsi dire partout et y compris du côté de la prescription culturelle. Dans ce champ, les blogs fleurissent sur la Toile et les Pro-Ams (dont on a vu l'énergie dans cette recherche) se mettent non seulement à parler de thèmes

120 Opus cit.

121 **Albert O. Hirschman** *Défection et prise de parole* Fayard (Traduit de l'anglais par Claude Besseyrias). Paris 1995

couverts par la presse culturelle traditionnelle mais aussi à chroniquer d'obscurs disques oubliés de tous et qui pour la plupart n'avaient ni atteints les bacs des disquaires au moment de leur parution ni été chroniqués par la presse musicale. Sans compter le nombre infini de combinaisons et d'innovations éditoriales qui colorent cet arc-en-ciel chatoyant dont notre panel, on l'aura compris, est bien entendu une des innombrables composantes ¹²².

Un des points fondamentaux de l'analyse d'Anderson, outre de déconstruire de façon très pragmatique le portait du consommateur robotisé que les théories de l'aliénation affectionnent tant ¹²³, est donc de montrer que *la prescription (professionnelle et amateur) a tendance à s'étendre sur la Toile de la même façon que l'offre de produits*, autrement dit qu'elle se décentralise. Même si des sites phares continuent à occuper le devant de la scène, le Net et ses acteurs encouragent un modèle prescriptif où l'on consulte plusieurs plateformes pour s'informer et où des intermédiaires - notamment les moteurs de recherche - s'immiscent également dans la recherche d'informations. En conséquence, si un internaute consulte le *live report* d'un concert dans le *Monde*, il lira probablement aussi trois autres chroniques dans des blogzines et, autre point d'importance, utilisera différents types de médias pour se faire son idée. En d'autres mots, si les internautes se tournent bien vers des sites ayant acquis une réputation sur la Toile, ils et elles s'intéressent aussi -et de plus en plus- à des sites qui leur proposent "la queue de la longue traîne" : des contenus rares et originaux, des analyses et des histoires de l'art imprévues, toutes choses justement appréciées à cause de leur rareté. Pour le dire autrement, même lorsqu'elles se consacrent à de toutes petites niches, des plate-formes peuvent conquérir une audience, peut-être limitée, mais réelle.

Partant de cette partie de l'analyse d'Anderson, on comprend que la diversité -tant thématique que réputationnelle- du panel renvoie précisément à ce processus de diversification des prescriptions. Mieux, compte tenu de ce que l'enquête a montré de l'implication et de l'impact du blogging dans le monde hors ligne, on s'aperçoit même que la longue traîne des prescripteurs déborde le Web, qu'elle agit dans le "territoire d'avant le numérique". À partir de là, on peut se demander ce que ces types de prescriptions -au sens de proposer à autrui des entrées dans la musique- font à celles qui existent déjà.

b) Les amateurs en première ligne

Au début des années quatre-vingt, une sociologue britannique, Ruth Finnegan, a mené une enquête dans la ville de Milton Keynes sur ce qu'elle a appelé les musiciens cachés (*The Hidden musicians*)¹²⁴. Son livre, un classique de la sociologie anglo-américaine de la culture, révèle que dans une ville nouvelle -bâtie à la fin des années soixante- les musiciens et musiciennes étaient bien plus nombreux que l'on aurait pu le penser au premier abord (amateurs et professionnels, musiciens classiques, fanfares, groupes de folk, théâtre musical, jazz, formations country et rock, styles hybrides, chorales, écoles de musiques, enseignants à domicile) de même que les lieux où répétaient ces milliers de praticien-nes (clubs et pubs, églises, locaux de répétition, bâtiments publics, conservatoire, garages, appartements etc.)

¹²² Mes remerciements à Jérôme Denis qui m'a suggéré cette analyse

¹²³ Voir par exemple : **Theodor W. Adorno** *Le caractère fétiche de la musique et la régression de l'écoute* 1973 (Traduit de l'allemand par Christophe David) Editions Allia Paris, 2001 et **Guy Debord** *La société du spectacle* Éditions Champ Libre Paris 1971

¹²⁴ **Ruth Finnegan** *The hidden musicians : music making in an english town* Cambridge University Press New York 1989. La ville de Milton Keynes compte actuellement 210 000 habitants

étaient innombrables. Il y a fort à parier que si la sociologue avait, au même endroit, effectué une enquête du même type sur les prescripteurs de musique elle n'aurait pas seulement trouvé le programmateur de la salle municipale, le correspondant local du journal régional et une musicologue mais le même foisonnement que celui que nous avons observé dans le panel de cette enquête : animateurs (trices) de radio, écrivains en herbe, distributeurs de cassettes, amateurs de genres oubliés et collectionneurs de disques encyclopédiques, fanzines et fans clubs de divers groupes, enseignants de musique collaborant pour un magazine classique et ainsi de suite. Elle aurait probablement également remarqué les mêmes points de convergence entre prescripteurs et musiciens amateurs que ceux aperçus lors de cette enquête. Et, bien entendu, ce qui était vrai en Grande-Bretagne en début des années quatre-vingt l'aurait tout autant été dans une ville nouvelle (ou pas) française et même à peu près n'importe où. En somme, l'enquête de Finnegan montre que *ceux qui voient un désert culturel là où une activité foisonnante et un nombre impressionnant de réseaux sociaux et de créativité se déploient sont aveuglés par la confusion qu'ils font entre professionnalisme et culture*. En se focalisant sur les équipements et les praticiens professionnels (privés ou publics) et en mesurant le degré d'acculturation à la fréquentation de ces lieux, ils négligent le foisonnement propre à toute société humaine et en arrivent à faire un portrait erroné des amateurs/usagers, tantôt décrits comme indifférents aux dispositifs existants ou hypnotisés et passifs. Dans tous les cas, l'évaluation des besoins et des pratiques est très largement biaisée.

Comme le montrent les parcours des membres du panel, les multiples sociabilités musicales "à la Finnegan" se sont transportées et très largement réinventées sur le Web, donnant corps à d'innombrables blogosphères musicales dont, je l'espère, cette étude suggère la diversité et l'étendue. En d'autres mots, la longue traîne des prescripteurs qui existait *déjà* à l'époque des "médias classiques" apparaît au grand jour sur la Toile et, supportée par l'accessibilité des plate-formes de blogging, se décuple sans cesse, tant quantitativement qu'en termes de thématiques. Dans ce monde, chaque internaute peut utiliser des moteurs de recherche pour trouver en quelques instants ce que Ruth Finnegan a mis des mois à identifier et répertorier. Une fois localisés par l'internaute, de nombreux blogs conseillent leurs visiteurs non pas seulement sur les artistes les plus récents mais aussi sur des répertoires oubliés, non pas seulement sur certains styles mais sur tous les styles (y compris ceux que les blogs forgent pour donner à voir des généalogies spécifiques), non pas seulement sur des concerts mais sur des enregistrements, des livres, d'autres sites, des vidéos que sais-je encore. En somme, ces blogs contribuent au travail permanent de *veille* dont normalement les professionnels se chargent depuis que l'art est un commerce ou, ce qui revient au même, depuis qu'on lui attribue de la valeur¹²⁵, ils détectent les talents et évaluent ceux qui sont déjà identifiés (ou négligés) par les professionnels et le public. Pour ce faire, et chacune à leur manière, les blogueurs(euses) se transforment, qui en historiens de l'art, qui en journalistes spécialisés, qui en reporters, qui en faiseurs de hit-parades, qui en journalistes de magazine de musique classique, qui en écrivains d'auto-fiction, qui en chroniqueurs radiophonique, qui en producteurs de vidéo broadcastée sur Arte, sans compter que certaines proposent également leur propre musique en parallèle (cf. Carmen, Pierre et Michel) etc.. Et *last but not least*, certaines de ces plate-formes organisent même des événements dans les villes où leurs animateurs (trices) résident ou aux environs.

Ayant déjà détaillé l'arc-en-ciel de ces activités dans les parties consacrées au

125 **Raymonde Moulin** *De la valeur de l'art* Flammarion Paris 1995

fonctionnement des plate-formes du panel, je voudrais donc surtout insister sur deux points.

Premièrement, ces prescriptions entremêlent des types de compétences qui, chez les professionnels, sont normalement distribuées à des métiers spécifiques (universitaires, journalistes, producteurs, musiciens, romanciers) de même qu'à des structures particulières (salles de spectacles, presse, université, entreprises de tournées, éditeurs etc.). Que l'on considère ce mélange des genres comme une nouvelle illustration de la théorie d'Anderson, ou comme la marque typique des amateurs, ou encore comme des innovations dont certaines pourraient être amenées à se généraliser, toujours est-il que ces façons d'expertiser la musique semblent trouver leur public et, pour certaines plate-formes, attirer l'attention des professionnels locaux et nationaux.

Justement, et voici mon deuxièmement, l'attraction des professionnels pour certains types de blogs est également un fait significatif et d'autant plus qu'il s'agit aussi bien d'institutions travaillant pour le compte des collectivités et/ou de l'État (salles de concerts, musées, orchestres, festivals), à Paris comme en banlieue, que des diverses composantes de ce qu'il est convenu d'appeler l'industrie musicale (labels, tourneurs, managers, salles de concerts). Mieux, certains blogzines ont des partenariats occasionnels ou contractuels avec des médias audio-visuels ou la presse papier.

Bon an mal an, le blogging musical est donc bel et bien en train de trouver sa place dans l'espace public ; certaines plate-formes collaborant avec les divers mondes professionnels, sans pour autant se départir de leur marque de fabrique, d'autres délivrant plutôt leurs prescriptions en marge, d'autres se situant à la lisière de ces deux registres.

c) Reterritorialiser l'action publique

i) Politique musicale

Tout au long des trente dernières années, des mouvements musicaux déjà existants ou émergents ont été intégrés -avec des fortunes variables- dans les politiques publiques en matière de musique. La plupart du temps, il s'est agi de mouvements fondés et animés originellement par des amateurs et dont l'essor finissait par attirer l'attention des personnes en charge de l'action publique. On peut par exemple mentionner l'exemple de la techno ou des mouvements antérieurs comme le hip-hop, la musique baroque (dont l'essor remonte aux années quatre-vingt¹²⁶) et bien entendu le rock. Face à de tels surgissements, les artisans des politiques publiques culturelles privilégient en général deux axes complémentaires :

D'une part, favoriser *l'émergence d'une sphère professionnelle* (et éduquer parallèlement les artistes amateurs et les spectateurs et en particulier les jeunes scolarisés¹²⁷),

D'autre part, créer (ou agréer) *des lieux de spectacles*.

Ces options impliquent de confier à des spécialistes du genre musical concerné la responsabilité de conduire une politique aux différents niveaux du territoire administratif et de déléguer à des prescripteurs la sélection et la programmation des bons artistes dans des lieux ou des événements (par ex. un festival dédié). Le mot "programmation" signifiant ici qu'il s'agit, dans la droite ligne de la tradition de la Révolution Scientifique, de mettre en relation des valeurs : des œuvres de qualité avec un public, une temporalité avec un lieu, un

126 Le programme des "baroqueux" : **Nikolas Harnoncourt** *Le dialogue musical Monteverdi, Bach et Mozart* 1984 (Traduit de l'allemand par Dennis Collins) Arcades/ Gallimard 198. La description minutieuse de ce qui a soutenu leur ascension : **Antoine Hennion** *La Passion Musicale, une sociologie de la médiation* Métailié Paris 1993

127 Ce registre s'appelle "accompagnement", "sensibilisation", "action culturelle" etc.

genre avec des critères publics¹²⁸. En règle générale, ces politiques ne comportent pas (ou peu) de volet dédié à l'enregistrement qui, en matière de soutien, est plutôt confié aux organismes professionnels et, du côté de la production, laissé aux labels et à l'industrie musicale.

On peut donc dire que la politique publique consiste à intégrer à son dispositif usuel des personnes issues des mondes amateur (artistes, managers, futurs experts, programmeurs) pour en faire des professionnels agréés (notamment par des diplômes) qui *représenteront* aussi bien leur genre musical que l'action publique dans les lieux labellisés.

Deuxièmement et conséquemment au point précédent, pour évaluer la politique publique mise en œuvre aux divers échelons de l'action publique, les citoyens doivent se rendre dans les dits lieux.

En d'autres mots, l'action publique est située et “nominalisée” au travers de bâtiments, d'artistes bénéficiant de l'argent public, de prescripteurs professionnels et du public¹²⁹. En injectant dans le local (la personne aussi bien que ceux qui résident à un endroit précis) de l'universel (par exemple celui des œuvres), les programmeurs et les lieux donnent *corps* à la communauté nationale, ils l'arrachent à ses “particularismes”, un gestus éducatif que l'on retrouve à bien des endroits du dispositif républicain. Grâce à cette série d'opérations, le rock, la techno, le baroque sont *déprivatisés*, ils deviennent publics.

On l'aura compris, le cadre privilégié de cette politique est *le territoire dans son acception républicaine*, là encore inspiré des techniques issues de la Révolution Scientifique ; un espace mesuré grâce à la géométrie (le fameux hexagone), représenté et quadrillé par des cartes, géré par une administration sous l'autorité d'élus¹³⁰.

ii) Public versus privé ?

Cette politique de la musique exprime, à n'en pas douter, une opposition entre le privé et le public, le premier terme désignant à la fois un manque (“privé de”) et un intérêt particulier (une propriété, une entreprise) tandis que “public” signifie tout à la fois l'espace où les citoyens se retrouvent (l'espace public), ce qui est dédié au bien commun (l'action publique, les services publics) et -point fondamental- les destinataires de ces bienfaits : le(s) public(s). Une façon de procéder et d'organiser le monde qui se rapporte aux fondements même de la démocratie politique¹³¹. Déjà, Hanna Arendt avait remarqué que, dans la démocratie athénienne, l'opposition entre domaine public et privé était structurante.

“Dans la pensée grecque, la capacité d'organisation politique n'est pas seulement différente, elle est l'opposée de cette association naturelle centrée autour du foyer (*oikia*) et de la famille. L'avènement de la cité conférait à l'homme 'outre sa vie privée une sorte de seconde vie, sa *bios politikos*. Désormais, chaque citoyen appartient à deux ordres d'existence ; et il y a dans sa vie une distinction très

128 Sur la Révolution Scientifique voir **Steven Shapin** *La Révolution Scientifique* 1996 (Traduit de l'anglais par Claire Larssonneur) Éditions Flammarion Paris 1998 et **Ilya Prigogine et Isabelle Stengers** *La Nouvelle Alliance*. Gallimard. Paris 1986

129 Au-delà de la seule musique, il faut remarquer que la relation organique entre la République et les lieux est tellement prégnante qu'on la retrouve jusque dans la sémantique administrative, à l'image des magistrats qui parlent de *non lieu* lorsqu'une enquête leur semble sans objet.

130 Pour une description critique du quadrillage du territoire : **Gilles Deleuze et Félix Guattari** *Mille Plateaux, Capitalisme et Schizophrénie 2*. Éditions de Minuit. Paris 1980

131 **Hanna Arendt** *Condition de l'Homme moderne* (Traduit de l'anglais par Georges Fradier). Calmann-Lévy 1961 et 1983

nette entre ce qui lui est propre (*idion*) et ce qui est commun (*koinon*)' »¹³²

Opposée à la sphère privée, l'agora est le lieu où les citoyens débattent *en face-à-face devant un auditoire* des problèmes de la *polis* (la cité), encadrés par des règles qui prohibent qu'on en vienne aux mains.

“ Être politique, vivre dans une *polis*, cela signifiait que toutes choses se décidaient par la parole et la persuasion et non par la force ni la violence ”¹³³

Pour les Grecs, toutes les institutions où les gens se retrouvent, *représentent* (l'intérêt de la) et racontent la cité : les stades, les théâtres, les places publiques etc. C'est lorsque les citoyens sortent de leur maison et pénètrent dans ces espaces partagés qu'il peuvent participer au bien commun. C'est le côté pile de la démocratie athénienne. Côté face, la cité laisse aux maîtres la tutelle des êtres incapables de s'auto-administrer (les femmes, les enfants et bien sûr les esclaves) dans la sphère domestique (c'est-à-dire ce qui appartient à la maison). Le privé est donc ce qui échappe au bien commun, qui n'est pas régi par la technique mise en œuvre dans l'agora.

L'opposition entre privé et public va encore un peu plus s'affirmer lors de la lutte contre la monarchie et les revendications politiques portées par ce que Habermas appelle précisément le “public bourgeois”¹³⁴. Dans le sillage des révolutions anglaises et françaises, l'établissement d'institutions politiques et juridictionnelles s'accompagne d'autres formes de sociabilités comme les clubs, les partis et les associations, où les citoyens peuvent débattre de l'intérêt général, et bien sûr de l'essor de la presse. Si les mécanismes politiques mis en place tout au long des dix-huitième et dix-neuvième siècle en Europe ne sont pas sans ambiguïté, les classes populaires sont à peu près exclues des institutions politiques et la sphère domestique reste soumise au despotisme du chef de famille, le développement de la *publicité* (au sens où on l'entendait d'alors) soutient la naissance d'une opinion publique qui s'exprime par le truchement des élections et au moyen des divers canaux d'expression et de régulation évoqués à l'instant. En retour, l'État est de plus en plus présenté comme un arbitre qui pacifie l'espace public et modère les passions individuelles.

Héritiers des démonstrations scientifiques en public du dix-huitième siècle et de théâtre de machinerie né au dix-septième siècle, les spectacles et les expositions s'inscrivent comme des acteurs majeurs de la publicité dans l'univers de plus en plus urbanisé du dix-neuvième siècle¹³⁵. En parallèle, les bâtiments où se déroulaient les représentations réservées au roi sont rendus à la collectivité ou plus exactement à l'État. Cette emphase sur le bâtiment public est d'autant plus forte en France que la maison royale -et son incarnation à Versailles- sont perçus comme la manifestation la plus caractérisée de la domination aristocratique et de la privatisation de biens communs¹³⁶. En même temps, le fait de labelliser des théâtres ou des conservatoires comme “publics”, d'en nommer les dirigeants et d'y promouvoir les bons répertoires s'inscrit malgré tout dans la continuité du privilège monarchique. Face à une sphère musicale entrepreneuriale qui, à la façon des opérettes d'Offenbach, se développe et

132 Ibidem page 61. Le passage entre crochets est un texte de Werner Jaeger (*Päida III*, 111. 1945) cité par Harendt

133 Ibidem page 64

134 **Jürgen Habermas** *L'espace public* (Traduction de Marc B. de Launay) Payot. Paris 1993

135 Sur les expositions universelles : **Bernadette Bensaude-Vincent** “En flanant dans les expos : images de l'électricité” p. 89 à 93 in *Culture Technique* n°17 Paris 1987 et sur les démonstrations scientifiques publiques durant les Lumières : **Bernadette Bensaude-Vincent et Christine Blondel** *Science ad Spectacle in The European Enlightenment*. Ashgate. Aldershot 2008 et **Margaret C. Jacob & Larry Stewart** *Practical matter. Newton's science in the service of Industry & Empire, 1687-1851*. Harvard University Press. Cambridge (Massachusetts) & London 2004

136 Sur les liens entre domesticité et monarchie absolue : **Norbert Élias** *La société de cour* 1969 (Traduit de l'allemand par Pierre Kammizter et Jeanne Étoré). Flammarion. Paris 1985

conquiert un vaste public¹³⁷, l'art officiel du dix-neuvième siècle promeut les chef-d'œuvres au moins autant qu'il représente le mécène étatique et l'autorité des académies.

À partir de ces quelques éléments historiques on comprend mieux, d'une part, quelle tradition fonde l'insistance des praticiens des politiques culturelles sur les dispositifs où se retrouvent *physiquement* des gens et, d'autre part, pourquoi les différentes expressions de l'autorité publique favorisent les bâtiments et labellisent des professionnels. Les salles de spectacles publiques (qu'il s'agisse des opéras ou des Smac¹³⁸) sont bien des sortes d'agoras où les programmeurs publics/philosophes choisissent ceux qui sont dignes de représenter leur discipline et l'action publique. Toutefois, dans un contexte où les technologies nées après la Révolution Française (phonographe, médias et Internet) occupent une place déterminante, quel peut-être le sens d'une telle politique ? En affirmant la prééminence d'un type d'agora sur les autres garantit-on vraiment aux citoyen-nes la "publicité de la musique" ? Les institutions ne favorisent-elles pas les lieux parce que ces canaux préservent leur pouvoir de prescription et plus généralement la partie du territoire sur laquelle elles ont sinon la main du moins des prises ? Questions d'autant plus brûlantes que cette préférence détermine un *grand partage* que le voisinage des Grands Boulevards (et les théâtres qui les bordent) et de l'Opéra de Paris avait déjà esquissé sous Napoléon III¹³⁹. D'une part, la qualité (garantie par les programmeurs et le label "public") et, d'autre part, le divertissement, d'un côté une politique culturelle dédiée principalement au "spectacle vivant" et à l'éducation des spectateurs et, d'autre part, une politique de soutien aux "infrastructures" et aux industries culturelles (de préférence françaises)¹⁴⁰, d'un côté le hors-sol délivré dans les lieux publics locaux, de l'autre la consommation domestique propre au phonographe (1877), aux "médias modernes" et aux "nouvelles technologies", d'un côté les professionnels et de l'autre les amateurs. Est-ce que ce public (le public, l'action, le secteur) et ce privé (l'individu, la propriété, l'entreprise, le secteur) si polysémiques qu'on en attrape le tournis font encore sens ? À la lueur de cette enquête, on peut douter que ces cloisons soient encore (si jamais elles l'ont été) pertinentes.

iii) Faut-il se priver de (certaines) technologies pour être public(s) ?

Comme l'ont souligné de nombreux analystes de la démocratie, et notamment Habermas, la coupure entre la sphère privée et publique est une convention que chaque société (re)négocie sans cesse. Si la distinction a permis de définir simultanément la liberté individuelle et la communauté politique elle en n'est pas moins problématique notamment parce que dans une multitude de sociétés et d'époques, cette césure a signifié que l'on admettait que derrière les portes des demeures l'arbitraire des maîtres s'exerçait "naturellement". Pour ce qui nous occupe, nous savons que même lorsqu'une porte est fermée de nombreux flux se fraient un chemin à travers les molécules de bois et relient ainsi le "privé" avec le "public". Liens qui s'expriment à la fois par des conversations individuelles ou des personnes synchronisées par des programmes, et qui connectent même des vivants avec des ancêtres (heureusement enregistrés) qui déroulent devant nous leur chants, textes et/ou images.

137 **Siegfried Kracauer** *Jacques Offenbach ou le secret de Second Empire* Le Promeneur/Gallimard Paris 1994

138 Smac : acronyme -non dépourvu d'humour- pour Scènes de Musiques Actuelles c'est-à-dire les lieux subventionnés consacrés (principalement) au rock.

139 L'expression grand partage est une fois encore empruntée à Bruno Latour

140 Ce partage se retrouve par exemple dans l'intitulé "Ministère de la Culture et de la Communication"

Héritière des visions du monde façonnées aux dix-huitième et dix-neuvième siècles, la politique musicale publique a, en grande partie, conçue sa doctrine à l'aune du territoire et des rapports sociaux qui prévalaient dans un monde sans téléphone ni phonographe. Décontenancés par l'espace numérique, confié préférentiellement aux ingénieurs et aux industriels, les artisans de la politique culturelle n'ont pas imaginé un service public numérique comme ils l'avaient fait -avec des fortunes très diverses mais avec une volonté manifeste d'agir- avec le service postal, le téléphone et le télégraphe, la radio, la télévision et même (rappelons nous des labels créés dans le giron de la radio nationale) le disque. Ils n'ont pas non plus organisé de grands débats publics qui auraient permis de faire surgir les différents protagonistes de la musique et en particulier les nouvelles formes de prescriptions amateurs en ligne

Comme on l'a vu, ce nouvel espace -et ce qu'en a montré cette étude n'en est qu'un échantillon infinitésimal- fourmille d'initiatives, couvre de très vastes champs de compétence et rayonne dans l'espace qui lui préexistait autant qu'il est travaillé par lui. Mieux, certains de ses acteurs collaborent, directement ou via des agences, avec des lieux dédiés à la politique culturelle en Ile de France. Est-ce que pour autant l'impact du blogging hors ligne signifie qu'il concurrence frontalement les formes antécédentes de prescription, que celles-ci soient privées ou publiques, que celles-ci touchent à l'appréciation des œuvres (journalisme, édition, histoire de l'art) ou à la programmation de spectacles et d'événements publics ? Il ne semble pas. Si l'on en croit la portion de blogosphère étudiée, et comme je l'ai déjà indiqué plus haut, certains blogs opèrent à la marge de l'industrie musicale et des politiques publiques sans les contester ni probablement les affecter directement, alors que d'autres ont tendance à cohabiter assez harmonieusement avec les professionnels (la presse comme les organisateurs de concerts, les labels comme les musées) tandis qu'un troisième groupe va et vient d'un registre à l'autre. Toutefois, si le blogging musical ne s'oppose pas aux acteurs des politiques publiques ni à ses lieux, il leur pose néanmoins des questions essentielles. Dans la mesure où j'ai déjà évoqué plusieurs de ces questions dans les différents paragraphes de cette conclusion, et notamment ce que le blogging nous disait du territoire pluriel dans lequel nous vivons et des aller-retours incessants entre la sphère commune et domestique, je voudrais conclure en évoquant trois points spécifiques.

Tout d'abord, la blogosphère musicale prend un peu à revers des dispositifs qui se consacrent d'ordinaire à la sélection et à la diffusion des "meilleurs artistes". Or, ici rien de tel puisque, d'une part, les nouveaux venus ne sont pas principalement des musiciens (même si un certain nombre pratique occasionnellement ou intensément) mais des prescripteurs et que, d'autre part, ils ne réclament visiblement pas d'être validés d'aucune façon par la "puissance publique". La première question qui se pose est de savoir comment la politique publique peut se positionner face à des pratiques qui impliquent un nombre croissant de personnes, qu'il s'agisse des blogueurs, de leurs visiteurs ou de leurs partenaires professionnels. *Le fait que ces pratiques se déroulent à l'écart de l'action publique indique probablement que le terrain et par conséquent les enjeux de l'action publique sont à reconsidérer.*

Le deuxième point concerne l'amateurisme du blogging musical et sa spécificité. Alors que la plupart des dispositifs subventionnés s'appuient sur des professionnels qui prescrivent dans les médiathèques, les émissions de radio et de télévision et les lieux de spectacles les bons contenus, le blogging musical échappe totalement à ce schéma alors même que certaines de ses composantes sont considérées comme de bons partenaires par les

professionnels et que la longue traîne des blogs musicaux francophones couvre un large spectre musical. En sus, *la majorité des membres de ce panel ne sont pas seulement bénévoles mais aussi anonymes*. Si, comme le montre l'enquête, les blogueurs travaillent (parfois avec une très grande intensité) à se constituer une audience et à augmenter leur réputation, leur but est moins de se faire connaître *ad hominem* que de positionner leur site et d'étendre leur réseau. Ainsi, les blogs créent toute une série de liens hétérogènes (qui ne sont pas tous de même nature) qui, de par leur souplesse et la diversité des terrains où ils se déploient, donnent naissance à des collectifs à la fois éphémères (un visiteur se connecte et s'en va) et d'une étonnante stabilité (le même ou un autre devient membre d'un webzine et va s'y consacrer corps et âme)¹⁴¹. Avec cette façon de procéder, ce n'est pas simplement l'idée qu'un bon prescripteur est forcément un spécialiste rémunéré qui est ébranlée mais aussi le fait qu'il (ou elle) est forcément rattaché-e à un lieu et un territoire et même identifié-e. Si cette façon de faire n'est certainement pas la seule, *il serait certainement intéressant de comprendre ce qu'elle pourrait apporter à des lieux publics et surtout comment la politique publique pourrait soutenir des prescriptions qui, ne l'oublions pas, s'intéressent à des choses que les filtres des professionnels négligent*.

Le troisième point vise à rappeler que le blogging musical s'inscrit dans une dynamique qui va bien au-delà de la seule musique, de la culture ou même d'Internet ; celle de l'irruption continue des usagers dans l'espace public. Depuis environ le milieu des années quatre-vingt, on voit en effet des (associations d') usagers s'investir dans la définition des politiques publiques dans des domaines aussi variés que la santé (le sida ou les maladies génétiques), la santé sur les lieux de travail (exemple de l'amiante), la mesure de la radio-activité, les recherches scientifiques en matière d'alimentation et d'agriculture (OGM), le (droit au) logement, etc.¹⁴². Dans la lignée des associations de consommateurs et des ONG, ces usagers font tour à tour office de lanceurs d'alerte¹⁴³, de vigies, de partenaires, d'initiateurs de politiques publiques et même de concepteurs de technologies diffusées gratuitement et conçues sur un mode participatif (l'open source et les logiciels libres)¹⁴⁴. Même si elles s'expriment de façons très variées, les principales caractéristiques de ces mouvements sont : 1°) De faire valoir la propre expertise de l'utilisateur dans les controverses publiques, 2°) de concerner en majorité des non-professionnels, 3°) de recourir à des formes mutualisées de savoir, en s'appuyant notamment sur les fonctionnalités des outils numériques et d'Internet, 4°) d'être favorables à des compromis sans pour autant hésiter à transgresser s'il le faut la législation. Quatre caractéristiques que l'on pourrait retrouver dans le fonctionnement de la plupart des blogs du panel.

Ces mouvements ne remettent pas nécessairement en cause la compétence des experts professionnels mais proposent d'envisager un problème (et des solutions) sous un angle que les spécialistes ne perçoivent pas nécessairement ou refusent de considérer. Donnons un exemple. En raison du coût élevé des locations de locaux dans les grandes agglomérations, de nombreux groupes de rock ont été contraints de répéter dans des lieux

141 Un fonctionnement qui rappelle la cité par projet et le monde connexionniste de **Luc Boltanski et Eve Chiapello** auteurs du *nouvel esprit du capitalisme* Gallimard Paris 1999.

142 Voir par exemple **Michel Callon et Vololona Rabearisoa** *Le pouvoir des malades. L'association française contre les myopathies et la Recherche*. Presses des Mines, Paris 1999, **Michel Callon, Pierre Lascoumes, Yannick Barthe** *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*. Le Seuil, Paris 2001, **Nicolas Dodier** *Leçons politiques de l'épidémie de sida*. Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales. Paris 2003

143 **Francis Chateauraynaud et Didier Torrey** *Les sombres précurseurs, une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque*. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales Paris 1999

144 Pour illustrer ce point, on rappellera que les serveurs Internet tournent pour la plupart avec le système d'exploitation *Linux*.

inadaptés et ce pendant des années. Au milieu des années quatre-vingt-dix, la pression exercée par des musicien-n-e-s amateurs de rock auprès des nouvelles salles de concerts de “musiques actuelles” a fait prendre conscience d'une lacune. À partir de là, de nombreuses collectivités ont affecté des moyens significatifs pour construire des locaux publics de répétition et les lieux ont dû intégrer dans leurs cahiers des charges ce (nouveau) service public. On peut penser que si les commissions et les experts culturels qui ont décidé la construction de salles de rock publiques avaient inclus des amateurs, elles auraient probablement perçu ce problème plus tôt et l'on aurait ainsi évité qu'un nombre significatif d'adolescent-e-s souffrent désormais de graves problèmes d'audition ¹⁴⁵. De fait, la focalisation de la politique publique du rock sur les bons groupes et les concerts a produit un effet que les spécialistes n'ont pas anticipé. Par conséquent, prendre en compte le point de vue de l'usager c'est non seulement donner à la politique publique la possibilité de mesurer sa propre action mais aussi se doter des moyens de gérer à plusieurs les incertitudes qui caractérisent notre monde ¹⁴⁶. Si dans la sphère musicale, les usagers ont plus tendance à inventer et à développer des formes de coopération parallèles à l'offre institutionnelle plutôt qu'à revendiquer directement des transformations des dispositifs existants, cela ne signifie pas pour autant qu'il faille ne pas regarder comment ces mondes s'organisent et inventent des façons originales d'être ensemble.

Considérer la blogosphère musicale comme un partenaire pourrait, non seulement nourrir la réflexion sur la prise en compte du Web dans les politiques publiques mais aussi contribuer à poser les bases d'un nouveau service public de la musique qui au lieu d'opposer le privé et le public, l'amateur et le professionnel, l'actuel et le patrimoine, le Net et le territoire, le live et l'enregistré etc. les mettraient autour d'une table. Une table qui, bien entendu, serait dressée sur la scène d'une salle de spectacle *et* dans un blog et dont les usagers disposeraient de tous les moyens de représentation et d'expression à leur disposition.

145 Cette prise de conscience a contribué à la formation de l'association Agi-son dédiée à la gestion sonore. : <http://www.agi-son.org/>

146 Voir **Michel Callon, Pierre Lascoumes, Yannick Barthe** op cité.

Références bibliographiques

- Philippe Adler et Pierre de Chocqueuse** *Passeport pour le jazz : Les grands CD des grands du jazz* Balland. Paris, 1995)
- Theodor W. Adorno** *Le caractère fétiche de la musique et la régression de l'écoute* 1973 (Traduit de l'allemand par Christophe David) Editions Allia Paris, 2001
- Laurence Allard (sous la direction de et avec la collaboration d'Olivier Blondeau)** "2.0 ? Culture numérique, cultures expressives" Revue *Médiamorphoses* n° 21, INA-Armand Colin 2007
- Chris Anderson** *La longue traine*. Village mondial. Paris, 2007.
- Daniel Andler (sous la direction de)** *Introduction aux sciences cognitives* Gallimard/Folio Paris 1992-2004
- Hanna Arendt *Condition de l'Homme moderne* (Traduit de l'anglais par Georges Fradier). Calmann-Lévy 1961 et 1983
- Michka Assayas (sous la direction de)** *Dictionnaire du rock* Robert Laffont-Bouquins. Paris 2000
- Nicolas Auray** "Sociabilité informatique et différence sexuelle" p.123 à 148 in **Danielle Chabaud-Rychter et Delphine Gardey** (sous la direction de) *L'engendrement des choses, des hommes, des femmes et des techniques*. Éditions des Archives contemporaines Paris 2002
- Nicolas Auray** "Le Web participatif et le tournant néo-libéral : des communautés aux solidarités" in Proulx, S., Millerand, F., Rueff, J., *Web relationnel : mutation de la communication?*. Presses Universitaires de Québec. 2009
- Lester Bangs** *Psychotic Reactions* (Traduit de l'américain par Jean-Paul Mourlon) Editions Tristram Paris 1996
- H.Stith Bennet** *On becoming a rock musician* University of Massachussets Press Amherst 1980
- Howard Becker** *Les ficelles du métier, comment conduire sa recherche en sciences sociales* 1988 (Traduit de l'anglais par Jacques Mailhos, révisé par Henri Peretz) Éditions la Découverte Paris 2002
- Bernadette Bensaude-Vincent et Christine Blondel** *Science ad Spectacle in The European Enlightenment*. Ashgate. Aldershot 2008
- Bernadette Bensaude-Vincent** "En flanant dans les expos : images de l'électricité" p. 89 à 93 in *Culture Technique* n°17 Paris 1987
- Luc Boltanski, Eve Chiapello** *Le nouvel esprit du capitalisme* Gallimard Paris 1999
- François Bon** *Bob Dylan - Une biographie*. Albin Michel, Paris 2007
- Dominique Boullier** "Au-delà des territoires numériques en dix thèses" in F. ROWE (ed.), *Sociétés de la connaissance et prospective - Hommes, organisations et territoires*, Nantes, Université de Nantes 2009.
- Ernst Bloch** *L'esprit de l'utopie* (Traduit de l'allemand par Anne-Marie Lang et Catherine Piron-Audard). Gallimard Paris 1977
- Judith Butler** *Trouble dans le genre, le féminisme et la subversion de l'identité* (Traduit de l'anglais par Cynthia Kraus). La Découverte/poche, Paris 2005/2006
- Michel Callon et Vololona Rabeharisoa** *Le pouvoir des malades. L'association française contre les myopathies et la Recherche*. Presses des Mines, Paris 1999
- Michel Callon, Pierre Lascoumes, Yannick Barthe** *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*. Le Seuil, Paris 2001
- Francis Chateauraynaud et Didier Torny** *Les sombres précurseurs, une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque*. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales Paris 1999
- Eve Chiapello** *Artistes versus managers, le management culturel face à la critique artiste* Éditions Métailié Paris 1998
- Guy Debord** *La société du spectacle* Éditions Champ Libre Paris 1971
- Gilles Deleuze et Félix Guattari** *Mille Plateaux, Capitalisme et Schizophrénie 2*. Éditions de Minuit. Paris 1980
- Theresa de Lauretis** *Théorie Queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg* (Traduit par Marie-Hélène Bourcier). La Dispute. Paris 2007
- Tia De Nora** *Beethoven and the Construction of Genius: Musical Politics in Vienna, 1792-1803*. University of California Press.1997
- François de Singly** *Les uns avec les autres, quand l'individualisme crée un lien* Armand Colin/ Hachette Pluriel Paris 2003
- Nicolas Dodier** *Leçons politiques de l'épidémie de sida*. Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales. Paris 2003
- Olivier Donnat** *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique- enquête 2008*. La Découverte/ Ministère de la Culture et de la Communication. Paris 2009
- Evan Einsenberg** *Phonographies Explorations dans le monde de l'enregistrement* 1987 Éditions Aubier Paris 1998
- Norbert Élias** *La société de cour* 1969 (Traduit de l'allemand par Pierre Kammizter et Jeanne Étoré). Flammarion. Paris 1985
- Elisabeth L. Eisenstein** *La révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne* (Traduit de l'anglais par Maud Sissung et Marc Duchamp) Hachette Littératures 1991
- Renaud Epstein** *Les raves ou la mise à l'épreuve underground de la centralité parisienne* in revue *Mouvements* n°13. Éditions de la Découverte, Janvier-Février Paris 2001
- S.H Fernando jr.** *The news beats, culture et attitudes du hip-hop* (Traduit de l'anglais -États-Unis- par Jean Philippe Henquel et Arnaud Réveillon)1992 Éditions l'éclat/Kargo Paris 2000
- Ruth Finnegan** *The hidden musicians : music making in an english town* Cambridge University Press New York 1989
- Ruth Finnegan** *Communicating, The multiple modes of human interconnection*. Routledge, New York 2002
- Michel Foucault** *Naissance de la clinique* 1963 Quadrige/PUF Paris 2000

Michel Foucault *Surveiller et punir* Gallimard Paris 1975

Simon Frith *Performing Rites On the value on popular music* Harvard University Press, Cambridge (Massachusetts) 1996,

Simon Frith "Souvenirs, Souvenirs", pages 247 à 262 (Traduit de l'anglais par Antoine Hennion) in **Patrick Mignon et Antoine Hennion (sous la direction de)** *Rock, de l'histoire au mythe* Collection Vibrations Éditions Anthropos Paris 1991

Simon Frith *The Sociology of Rock* Constable London 1978

Simon Frith "The popular music industry" pages 26 à 52 in *The Cambridge Companion to pop & Rock* Cambridge 2001

in **Simon Frith, Andrew Goodwin (sous la direction de)** *On record. Rock, pop and the written word* Routledge London New York 2001

François Furet *Penser la Révolution française* . Folio/Gallimard. Paris 1978

Philippe Garnier *Les coins coupés, sous le rock une allégorie* Editions Grasset Paris 2001

Roland Gelatt *The fabulous phonograph 1877-1977* (seconde édition revisitée) Éditions Cassel London 1977

Gary Giddins *Bing Crosby, a pocketful of Dreams : The Early Years, 1903-1940.* Little, Brown and Company. Boston, New York, & London 2001

Erving Goffman *Les cadres de l'expérience* 1974 (Traduit de l'américain par Issac Joseph avec Michel Darteville et Pascale Joseph) Éditions de Minuit Paris 1991

Erving Goffman *L'arrangement des sexes* 1977 (Traduit de l'américain par Hervé Maury). La Dispute, Paris 2002

Philippe Gonin *Magma, décryptage d'un mythe et d'une musique* . Le mot et le reste. Marseille 2010

Lucy Green *How popular musicians learn, a way ahead for music education* Ashgate

Jürgen Habermas *L'espace public* (Traduction de Marc B. de Launay) Payot. Paris 1993

Donna Haraway *Manifeste cyborg et autres essais*. Anthologie établie par Laurence Allard, Delphine Gardey et Nathalie Magnan. Exils, Paris 2007

Nikolas Harnoncourt *Le dialogue musical Monteverdi, Bach et Mozart* 1984 (Traduit de l'allemand par Dennis Collins) Arcades/ Gallimard 1985

Antoine Hennion *Les professionnels du disque, une sociologie des variétés* Éditions Métailié Paris 1981

Antoine Hennion *La Passion Musicale, une sociologie de la médiation* Métailié Paris 1993

Antoine Hennion et Bruno Latour "Art, l'aura selon Benjamin ou comment devenir célèbre en faisant tant d'erreurs à la fois". Pages 235 à 242 in *Cahiers de Médiologie* n° 1 Éditions Gallimard Paris 1996

Antoine Hennion, Sophie Maisonneuve, Émilie Gomart *Figures de l'amateur, formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui* La Documentation Française Paris 2000

Robert L. Hilliard & Michael C. Keith *The broadcast century, a biography of american broadcasting* (deuxième édition) Focal Press Boston, Oxford, Johannesburg, Melbourne, New Dehli, Singapore 1997

Albert O. Hirschman *Défection et prise de parole* Fayard (Traduit de l'anglais par Claude Besseyrias). Paris 1995

Nick Hornby *Haute fidélité* (Traduit de l'anglais par Gilles Lergen) 1995 Éditions Plon Paris 1997

Max Horkheimer et Theodor Adorno *La dialectique de la raison* (Traduit de l'Allemand par Éliane Kaufholz) Gallimard. Paris 1974

Thomas P. Hugues *Networks of Power. Electrification in Western Society 1880-1930* The Johns Hopkins University Press Baltimore-London 1983

Margaret C. Jacob & Larry Stewart *Practical matter. Newton's science in the service of Industry & Empire, 1687-1851* . Harvard University Press. Cambridge (Massachusetts) & London 2004

Jack Kerouac *Sur la route* (Traduit de l'anglais par Jacques Houbard) Éditions Gallimard/Folio Paris 1960

Gustave Kobbé *Tout l'opéra : De Monteverdi à nos jours* Robert Laffont-Bouquins. Paris 1999

Siegfried Kracauer *Jacques Offenbach ou le secret de Second Empire* Le Promeneur/Gallimard Paris 1994

Karl Kraus *Cette grande époque* (Traduit de l'Allemand par Éliane Kaufholz-Messmer) Rivages-Poche. Petite bibliothèque. Paris 2000

Bruno Latour *Nous n'avons jamais été modernes* Éditions de la Découverte & Syros. Paris 1991-1997

Jean Yves Leloup, Jean Philippe Renoult, Pierre Emmanuel Rastoin *Global Tekno* Éditions du Camion Blanc 1999

Jean-Marc Leveratto, Mary Leontsini *Internet et la sociabilité littéraire* . Collection Études et Recherche de la Bibliothèque Publique d'Information du Centre Pompidou. Paris, 2008.

Pierre Lévy *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace* Éditions La Découverte Paris 1994

Littré (4e volume) Éditions Gallimard-Hachette. Paris 1958

Ilana Löwy *L'emprise du genre, masculinité, féminité, inégalité* . La Dispute, Paris 2006

David A. Mandel. *Feedback control and computing before cybernetics : between human and machine* John Hopkins University Press. Baltimore and London 2002

Sophie Maisonneuve « De la "machine parlante" à l'auditeur ». Revue *Terrain* n° 37, musique et émotion. Paris septembre 2001.

Sophie Maisonneuve *L'invention du disque 1877-1949 : Genèse de l'usage des médias musicaux contemporains*. Editions des Archives contemporaines. Paris 2009

Raymonde Moulin *De la valeur de l'art* Flammarion Paris 1995

Otto Mayr *Authority, liberty & automatic machinery in early modern Europe* The John Hopkins University Press, Baltimore and London 1986

Nicolas Negroponte *L'homme numérique* (Traduit de l'américain par Michèle Garène) Éditions Robert Laffont Paris 1995

Ilya Prigogine et Isabelle Stengers *La Nouvelle Alliance*. Gallimard. Paris 1986

Jacques Rancière *Le spectateur engagé*. La Fabrique. Paris, 2008

François Ribac "La circulation et l'usage des supports enregistrés dans les musiques populaires en Ile de France" Rapport de recherche commandé par le programme "Culture et territoires en Ile de France", le Ministère de la Culture (Bureau des écritures) et le Conseil général de Seine-Saint-Denis. Mis en ligne en 2007

François Ribac "From the Scientific Revolution to Popular Music. A sociological approach to the origins of recording technology" p. 1-30 in *Journal of Art Record reproduction* (revue en ligne). Londres, février 2007

François Ribac "Les éditeurs ont perdu le monopole de la reproduction de musique à grande échelle". Entretien pour *Musique Info Hebdo* n° 443. Paris, Juillet 2007)

François Ribac *L'avaleur de rock* Éditions La Dispute Paris 2004

François Ribac (avec Renaud Epstein, Jean-Paul Gaudillière, Irène Jami, Patricia Osganian) coordination du dossier "Techno, des corps et des machines" in *Mouvements* n° 42 Novembre-Décembre Paris 2005

François Ribac "Sur l'importance des disques et du recording dans la musique populaire et la techno" pages 54 à 60 in *Mouvements* n°42 Novembre-Décembre 2005

François Ribac "La mesure, éléments pour une (future) sociologie du temps musical" p. 21-68 in *Cahiers de recherche, Enseigner la musique* n° 9 et 10. Lyon, juin 2007

François Ribac "Les objets et les collectifs culturels acteurs de la diversité" p. 60-69 in *Mouvements* n°37. Paris janvier/février 2005

Vincent Rouzé *Mythologie de l'ipod*. Le cavalier Bleu. Paris 2010

Jon Savage *England's dreaming, Sex Pistols and Punk Rock*. Faber & Faber London 1991

Michel Serres *La légende des anges* Flammarion Paris 1999

Steven Shapin et Simon Schaffer *Leviathan and the air-pump, Hobbes, Boyle, and the experimental life* Princeton University Press Princeton 1985

Steven Shapin *La révolution scientifique* 1996 (Traduit de l'anglais par Claire Larssonneur) Éditions Flammarion Paris 1998

Jonathan Sterne *The audible past. Cultural origins of sound reproduction* Duke University Press Durham and London 2003

Bernard Stiegler/Ars Industrialis *Réenchâter le monde, la valeur esprit contre le populisme industriel*. Champs/Flammarion. Paris 2006

Anselm Strauss *La trame de la négociation. Sociologie et interactionnisme*. Textes réunis et présentés par **Isabelle Baszanger** Logiques Sociales/L'Harmattan Paris 1992

Hunter-S Thompson *Fear and Loathing : On the Campaign Trail '72*. Harper Collins publishers 2005

Hunter-S Thompson *La grande chasse au requin. L'ancien testament Gonzo*. 10/18 Paris 1994

Anselm Strauss *La trame de la négociation. Sociologie et interactionnisme*. Textes réunis et présentés par Isabelle Baszanger Logiques Sociales/L'Harmattan Paris 1992

Marc Touché *Mémoire vive 1* Le Brise Glace-Association Musiques Amplifiées Annecy 1998

Paul Virilio *Le Futurisme de l'instant*. Éditions Galilée. Paris 2009

Max Weber *Le savant et le politique* 1919 Union Générale d'Éditions/10-18. Paris 1963

Virginia Woolf *Une chambre à soi*

Glossaire

- BitTorrent* Protocole de transfert et de partage de fichiers utilisé dans les réseaux de P2P
- Bootlegs* Enregistrements non officiels de formations musicales
- Buzz* Mot anglais par lequel on décrit la propagation rapide d'informations sur le Net
- BPM* Beat Per Minute, désigne la vitesse de la pulsation d'une musique. Lors de mixages en direct, nombre de DJ(s) harmonisent le BPM de différents morceaux.
- Chat* Système de messagerie instantanée par écrit et/ou vidéo
- CMS* Content Management System, système de gestion d'un site Internet
- Codes source* Un ensemble d'instructions écrites dans un langage de programmation informatique
- Deezer* Plate-forme (de streaming) permettant d'écouter avec ou sans abonnement de la musique en ligne
- Digital Millenium Copyright Act (DMCA)* Loi américaine de 1998 visant à protéger la propriété intellectuelle
- Embed* Action d'insérer dans un site du code afin de générer une fonction, par exemple visionner une vidéo d'un site de partage
- Emule* ou *Amule* Logiciel de P2P
- EP* Disque vinyle ou CD ne comprenant que quelques titres
- FAQ* Frequently asked questions, liste de questions et réponses censées répondre aux interrogations les plus courantes des internautes à propos d'un site
- Free.fr* Fournisseur d'accès à Internet
- Guestbook* Équivalent d'un livre d'or en ligne
- Google Map* Fonctionnalité du moteur de recherche Google permettant de visionner des cartes et des images satellites et d'y rechercher des lieux
- Hadopi* (Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet). Désigne simultanément la loi destinée à lutter contre le P2P et l'institution en charge de l'application de la loi.
- Hébergement* Location par une société d'un espace (généralement) dédié à un site Internet
- Hoster* Site permettant de déposer et de télécharger des fichiers
- IE* Acronyme du logiciel de navigation Internet Explorer
- Internet* Internet est le réseau informatique mondial qui rend accessibles au public des services variés comme le courrier électronique, la messagerie instantanée et le World Wide Web, en utilisant le protocole de communication IP (internet protocol). Son architecture technique qui repose sur une hiérarchie de réseaux, ce qui implique de facto une non-centralisation, lui vaut le surnom de réseau des réseaux.
- Interface administrateur* Espace dédié notamment à la gestion des messages d'un site
- Joomla!* Type de CMS en Open Source
- Kindle* Lecteur de livre électronique commercialisé par Amazon.com
- Last FM* Web radio et site internet proposant un système de collection de statistiques et de recommandation de musique
- Layout* Organisation graphique d'un document
- Live Journal* Plate-forme communautaire de blogging
- Lossless* Ce terme signifie notamment un haut niveau de reproduction et de qualité sonore
- Majors* Terme employé à l'endroit des compagnies (transnationales) à prétention monopolistiques sur un secteur

Megaupload Site particulier permettant de déposer et de télécharger des fichiers autrement dit un *hoster*

MSN D'abord destiné à concurrencer le Web, il s'agit désormais d'un portail d'accès comprenant plusieurs services et notamment la messagerie de chat Windows Live Messenger

MySpace Réseau social permettant à des personnes ou des formations musicales de disposer d'une page de présentation de leur travaux (ou des musiques qu'ils ou elles aiment) et de se lier -par la biais d'invitations- avec d'autres membres.

Musique au mètre Musiques enregistrées libres de droits vendues aux professionnels de l'audiovisuel afin illustrer des films

Newsletter Lettre d'information envoyée par un site souvent par le truchement du courrier électronique

Nom de domaine Ensemble sémantique qui désigne le nom d'un site, son type d'activités et éventuellement son pays

Open source Le logiciel libre est un logiciel dont l'utilisation, l'étude, la modification, la duplication et la diffusion sont universellement autorisées sans contrepartie (définition Wikipédia).

Pages "perso" Mini sites Internet fournis aux usagers par les fournisseurs d'accès à Internet (FAI)

PM Private Message, désigne un message privé échangé entre deux utilisateurs d'un même forum

Podcasts Programmes que l'internaute peut télécharger librement sur son Ipod et par extension sur tout autre support similaire (ordinateur, clé usb etc.).

Rapidshare Site particulier permettant de déposer et de télécharger des fichiers autrement dit un *hoster*

Re-up (load) Remettre à disposition un fichier qui a disparu d'un *hoster* et/ou le redéposer sur un site

Rip Transfert d'un enregistrement analogique sur un support numérique

RSS Formats permettant d'informer un usager sur la mise à jour de contenus sur des sites

Second Life Univers virtuel en 3 D

Skype Logiciel propriétaire qui permet aux utilisateurs de passer des appels téléphoniques à travers Internet (définition Wikipédia)

Streaming Système d'écoute et/ou de visionnement en ligne

Tags Mots clés, libellés

Toile Voir Web

Torrent Voir *BitTorrent*

Totally Fuzzy Agrégateur international de blogs d'albums

Upload Transférer sur un site hôte (*hoster*) le contenu d'un ou plusieurs fichiers

URL Suite sémantique permettant de localiser une page

Yahoo Société de services sur Internet

Web Le World Wide Web, littéralement la "toile (d'araignée) mondiale", communément appelé le Web, le web parfois la Toile ou le WWW, est un système hypertexte public fonctionnant sur Internet qui permet de consulter, avec un navigateur, des pages accessibles sur des sites. (définition Wikipédia)

Web 2.0 L'expression « Web 2.0 » désigne certaines des technologies et des usages du World Wide Web qui ont suivi la forme initiale du Web en particulier les interfaces permettant aux

internauts ayant peu de connaissances techniques de s'approprier les nouvelles fonctionnalités du Web et ainsi d'interagir de façon simple à la fois avec le contenu et la structure des pages et aussi entre eux, créant ainsi notamment le Web social (définition Wikipédia).

Wikio Portail et service d'information dédié aux blogs, lancé le 19 juin 2006 en France et début 2007 dans les autres pays (définition Wikipédia)

WordPress Plate-forme de blogging

Zeuhl Courant musical inspiré par le groupe français Magma

Annexe 1

Email d'un des animateurs d'un site et forum dédié au métal (*Métalardent*) après que j'ai sollicité un entretien par l'intermédiaire du guestbook* du site. Les liens ont été remplacés par des textes en italique en gras et en italique et les pseudonymes changés.

Bonjour,

Je suis "HARPIC" du site Metalardent et je vous contacte dans le cadre de votre demande faite sur le Guestbook il y a quelques semaines.

J'ai fait un "report" de votre demande sur notre Forum privé et nous avons trouvé votre projet intéressant. Nous avons pris la température en interne et un membre de notre équipe est intéressé pour répondre à vos questions et échanger avec vous dans le cadre de votre projet de recherche.

Il s'agit de KEVIN qui jouera ce rôle "d'émissaire".

Voici sa fiche "publique" METALARDENT: *lien vers le profil de Kevin* et son adresse mail que je vous communique avec son accord (il est d'ailleurs en copie de ce mail) : *adresse email*

Notre objectif - outre de participer à votre projet qui nous a semblé intéressant (je me répète) - est de tirer de ces échanges un éventuel Editio sur le sujet. Vous trouverez un aperçu du genre d'édito que nous sortons à peu près toutes les 3 semaines ici : *un lien vers un édito récent*

Pour information, un membre de notre équipe a écrit un draft d'édito sur un sujet connexe à votre projet de recherche. Je vous mets son papier en PJ. Cette "collaboration" entre vous et nous tombe donc d'un certain point de vue à point nommé et nous permettrait de rebondir sur un sujet "profond" et bien dans l'air du temps.

Je reste bien entendu à votre disposition pour tout renseignement complémentaire et vous souhaite un bon travail avec KEVIN - notre spécialiste Prog / Extrême.

Cordialement

HARPIC

Annexe 2 : note sur l'usage des logiciels dans le tableau n° 5

Méthodologie : Les données représentées dans le tableau 5 ont été obtenues par l'examen des codes sources de vingt-sept sites du panel. Ces données ont été recueillies grâce à des balayages effectués par les moteurs de recherche Yahoo et Google puis analysées et mises en forme par Andreï Mogoutov grâce au logiciel *Rézodience*. Les recherches ont consisté à identifier et répertorier sur les sites des liens comprenant cinq mots clés : *Megaupload*, *Rapidshare*, *mp3*, *.rar* et *.zip*.

i) Les deux premiers termes désignent deux sites permettant à un internaute de déposer gratuitement des données (par exemple tous les titres d'un CD) puis d'obtenir un lien au moyen duquel il est possible de télécharger les fichiers. Ces deux sites sont très couramment utilisés sur la Toile et en particulier dans la blogosphère. Le terme anglais pour désigner ces sites est *hoster*.

ii) Le suffixe *mp3* désigne un format de compression numérique de la musique. Il est utilisé par les sites pour mettre des titres en écoute.

iii) Les suffixes *.rar* et *.zip* renvoient à des modes de compression permettant de réunir en un seul paquet plusieurs fichiers comme par exemple les différents morceaux d'un disque. Après téléchargement, l'internaute décompresse ce paquet et retrouve un dossier où figurent tous les titres d'un CD ou d'un film.

Résultats : En identifiant dans les codes sources des sites les liens comprenant les mots *Rapidshare* et *Megaupload* d'une part, et *.zip* et *.rar*, d'autre part, il est devenu possible d'identifier des liens permettant de télécharger des albums. De même, la localisation des liens comprenant un fichier *mp3* a permis de détecter les morceaux uniques mis en écoute et/ou proposés en téléchargement.

On peut néanmoins objecter que tout paquet de fichiers compressés en *.rar* ou *.zip* et/ou déposé sur *Rapidshare* ou *Megaupload* n'est pas forcément un album. À cela nous répondons que la lecture des données sémantiques recueillies a montré que les liens comprenant ces quatre mots clés étaient *le plus souvent* des albums compressés.

Donnons un exemple à partir du lien ci-après qui a été posté sur le blog d'album *Pierreàfeu* : [hxxp://rapidshare.com/files/86179532/klaus-Irrlicht1972.rar](http://rapidshare.com/files/86179532/klaus-Irrlicht1972.rar). Dans ce lien on trouve successivement le préfixe [hxxp://](http://) suivi du nom du site où est hébergé le fichier et sa référence rapidshare.com/files/86179532 puis le nom de l'artiste klaus-Irrlicht1972 (le nom complet est Klaus Schulze), celui de l'album Irrlicht, l'année de sa parution 1972 et enfin le suffixe du format de compression .rar¹⁴⁷.

Le tableau n° 5 montre clairement que les occurrences *Rapidshare*, *Megaupload*, *.zip*, *.rar* sont très rares dans les liens relevés sur les blogzines et webzines qui justement ne mettent pas (ou très peu) d'albums à disposition des visiteurs.

À partir de cette première application, cette méthode d'analyse des codages a rendu possible la localisation et l'analyse des musiques proposées par les sites et elle a également été mobilisée pour dresser le profil des musiques proposées sur les blogs d'albums (cf. l'exemple des disques mis en ligne sur le blog *Swinglow* de Duno durant quatre ans reproduite en infra).

¹⁴⁷ On notera au passage que l'internaute qui récupère ce lien sur *Pierreàfeu* doit remplacer les deux "x" figurant dans [hxxp://](http://) par des "t" pour obtenir le suffixe http qui débute l'adresse URL.